

Tartu Ülikool
Loodus- ja täppiseaduste valdkond
Ökoloogia ja maateaduste instituut
Geograafia osakond

Bakalaureusetöö geograafias (12 EAP)

**Eesti elanike väliskülastused riiklikult sätestatud sügisestel ja
kevadistel koolivaheaegadel**

Marlen Paris

Juhendaja: MSc Janika Raun

Tartu 2020

Annotatsioon

Eesti elanike väliskülastused riiklikult sätestatud sügisestel ja kevadistel koolivaheaegadel

Bakalaureusetöö eesmärgiks oli uurida kas leidub erinevusi populaarseimates sihtkohtades ning külastuste mahtudes riiklikult sätestatud sügis- ja kevadkoolivaheaegadel ning vastavatel võrdlusnädalatel Eesti elanike poolt tehtud väliskülastuste põhjal. Kasutati passiivse mobiilpositsioneerimise andmeid etteantud vahemikel õppeaastatel 2008/2009-2016/2017. Töös analüüsiti külastusi välismaale õppeaastati ja periooditi (sügisvaheaeg, sügise võrdlusnädal, kevadvaheaeg, kevade võrdlusnädal), et leida peamiselt külastatud TOP 15 sihtriiki ning millisel perioodil tehti enim külastusi. Uurimistöö tulemusena selgus, et enim külastatakse välismaad koolivaheaegadel ning valdavalt on populaarseimad riigid aastate lõikes ja periooditi samad, mõningate erisustega koolivaheaegadel.

Märksõnad: turismigeograafia, koolivaheaeg, turism, külastatavus

CERCS kood: S230 Sotsiaalne geograafia

Annotation

Visits to foreign countries made by Estonian residents on autumn and spring national school holidays

The aim of this thesis was to analyse the differences between the number of visits to foreign countries and most popular destination countries on national autumn and spring school holidays and corresponding comparison weeks. Data used in this study was collected by passive mobile positioning and on visits made on specified dates on 2008/2009-2016/2017 school years. The thesis analyses the number of visits made to foreign countries by Estonian residents on school years on different periods (autumn school holiday, corresponding autumn comparison week, spring school holiday, corresponding spring comparison week), to find TOP 15 most visited countries and which period had the most visits abroad. The study revealed, that on school holidays people make more visits to foreign countries than on corresponding comparison week. The most visited countries on school holidays and on comparison weeks are mostly the same with few differences on school holidays.

Keywords: tourism geography, school holiday, tourism, number of visits

CERCS code: S230 Social geography

Sisukord

Sissejuhatus.....	4
1. Teoreetiline ülevaade	6
1.1 Motivatsioon reisimiseks	6
1.2 Reisimine perega.....	9
1.2.1 Perereiside ajalised eripärad	11
1.2.2 Sihtkoha valik	12
2. Andmed ja metoodika	14
2.1 Uurimisala kirjeldus.....	14
2.2 Mobiilpositsioneerimine	15
2.3 Valim.....	16
2.4 Andmed ja analüüsi metoodika.....	17
2.5 Lühülevaade andmetest.....	18
3. Tulemused.....	20
3.1 Külastuste jagunemine vaheaegade ja võrdlusnädalate lõikes.....	20
3.2 Koolivaheaegade ja võrdlusnädalate populaarseimad sihtkohad.....	21
3.2.1 Sügiseste perioodide populaarseimad riigid	21
3.2.2 Kevadiste perioodide populaarseimad riigid	23
3.2.3 Koolivaheaegade populaarseimad sihtkohad.....	25
3.3 Koolivaheaegade sihtriikide külastuste mahtude muutused ajas	27
3.3.1 Sügisvaheaeg.....	27
3.3.2 Kevadvaheaeg	28
4. Arutelu	31
Kokkuvõte.....	37
Summary	38
Tänuavaldused	39
Kasutatud kirjandus	40

Sissejuhatus

Turism ja reisimine on tänapäevases üleilmastuvas maailmas muutunud igapäevaelu osaks, kus see on pidevalt kasvav majandusharu. World Travel & Tourism Council (WTTC) järgi kasvas reisi ja turismi sektor 2019. aastal 3,5% võrra ning eelneval viiel aastal iga neljas loodud uus töökoht oli nimetatud sektoris (World Travel & Tourism Council, 2020). Statistikaameti küsitluse andmete kohaselt tegid eestlased 2008-2019 keskmiselt aastas 1 235 808 välisreisi (Statistikaamet, 2020a). Eesti Panga poolt koostatud statistika järgi tegid eestlased 2019. aastal 3 641 527 reisi välismaale ning jätsid sinna üle 1,1 miljardi euro (Eesti Pank, 2020). Seega tarbivad turistid sihtkohas erinevaid tooteid ning teenuseid, mis aitab kaasa kohaliku majanduse kasvule.

Pereturismi võib defineerida kui turismiliiki, mille arendamisel ja teenuste pakkumisel on silmas peetud eri vanuses lastega perekondade puhkuse veetmise huve ning soove (Riigi Teataja, 2016). Lihtsalt öeldes võib pereturismiks pidada reisimist koos pereliikmetega puhkuse eesmärgil. Schänzel ja Yeoman (2015) leiavad, et perega reisimine võib olla kiiremas kasvutrendis kui teised vaba aja veetmise eesmärgil tehtavad reisirid, osaliselt just seetõttu, et see kujutab endast pere taasühinemist ja koos vaba aja veetmist tööst eemal olevas keskkonnas.

USA-s läbi viidud uuringus selgus, et 44% millenniumilastest (inimesed kes on sündinud 1980ndatel ja 1990ndatel) reisivad koos enda lastega (Resonance Consultancy, 2018). Uurides väljaminevat turismi Euroopasse on GCC (*Golf Cooperation Council*) välja toonud, et kümnest reisirist Euroopasse on seitse tehtud koos perega ning puhkuse motivatsiooniks välismaal on 61%-il lõõgastumine perega (World Tourism Organisation and European Travel Commission, 2018). Sarnaselt on Põllumajandusministeerium (2005) välja toonud, et ca 40% 14-49 aastastest reisirijatest Saksamaal reisirib koos perega. Seega moodustavad perereisirid märgatava osa tehtavatest reisiridest.

Eestlaste külastusi välismaale on uuritud nii Statistikaameti küsitluse abil, kui kasutades mobiilpositsioneerimise andmeid. On uuritud generatsioonidevahelisi erinevusi ruumilises mobiilsuses (Masso, Silm & Ahas, 2019), etnilisuse mõju ruumilisele mobiilsusele (Silm & Ahas, 2014) ning hargimaisust. Seega on Eestis kasutatud mobiilpositsioneerimisel põhinevaid meetodeid, et uurida turismi. Lisaks on Geograafia osakonnas tehtud magistritöö Allan Alliku poolt teemal „Eestist väljuva turismi sesoonsus“, mille üheks leiuks oli, et sesoonsust mõjutab koolivaheaeg (Allik, 2016). Mobiilpositsioneerimise andmeid pole Eestis aga kasutatud, et

leida populaarseimad sihtkohad koolivaheagadel ja nii öelda tavalisel ajal peale seda ehk võrdlusnädalal.

Käesoleva töö kirjutamise ajendiks oli huvi leida, kas koolivaheagadel välismaale tehtud reiside sihtkohad ja mahud erinevad sellele järgneval tavanädalal tehtust. Eesmärgiks oli uurida riiklikult sätestatud sügis- ja kevadkoolivaheegasid. Selleks kasutati passiivse mobiilpositsioneerimise andmeid Eesti elanike väliskülastustest koolivaheagadel ja võrdlusnädalatel, etteantud ajavahemikel õppeaastatel 2008/2009, 2010/2011, 2012/2013, 2014/2015 ja 2016/2017. Bakalaureusetöö eesmärgi saavutamiseks on püstitatud järgnevad uurimisküsimused:

- Kas ja millised erinevused on koolivaheagadel ning võrdlusnädalatel tehtud külastuste mahtudes?
- Millised erinevused leiduvad koolivaheagade ja võrdlusnädalate sihtriikides?
- Millised erinevused on sügis- ja kevadvaheagade külastuste sihtkohtades?
- Millised on koolivaheagade populaarseimate riikide külastuste mahtude muutused?

Töö koosneb neljast osast. Esimeses osas antakse teoreetiline ülevaade reisimise motivatsioonist, reisimisest perega ning reisi kestusest ja sihtkoha valikust. Teises osas antakse ülevaade andmetest, metoodikast, uurimisalast ning kuidas analüüsi läbi viiakse. Kolmandas osas esitletakse analüüsi tulemused ning neljandas osas arutletakse nende üle.

1. Teoreetiline ülevaade

1.1 Motivatsioon reisimiseks

Tänapäevases globaliseeruvast maailmas on reisimine ning sellega kaasnev muutunud igapäevaseks ning iseenesest mõistetavaks. Turism on reisimine väljapoole enda igapäevast elukeskkonda puhkuse, äri või muul eesmärgil, olles seal vähem kui 12 järjestikku kuud (Riigi Teataja, 2005). Turism on seega väga dünaamiline ning sellega seotud sektor kasvavas tõus (Yousaf, Amin & Santos, 2018).

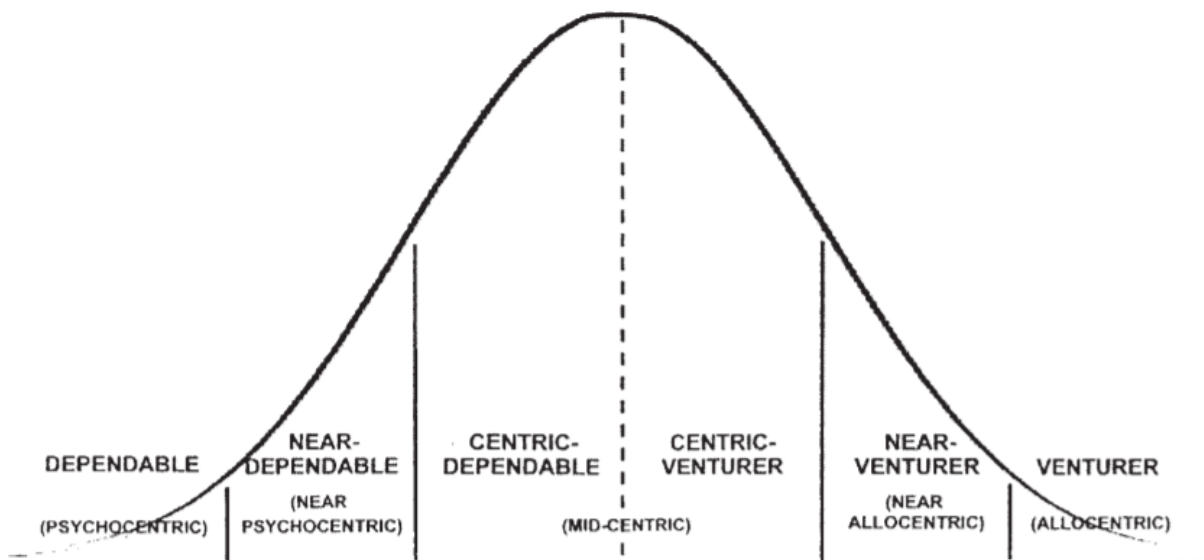
Küsimusele „miks inimesed reisivad?“ pole ühtset lihtsat ega õiget vastust (Moutinho, 1987). Aegade jooksul on teadlased reisimise motivatsiooni põhjuseid uurides kasutusele võtnud mitmeid meetodeid nende kategoriseerimiseks (Mahika, 2011). Turismis üldiselt ning motivatsiooni uuringutes tuleb arvestada sellega, et mitu põhjust saavad koos eksisteerida ning see on aidanud kaasa mitmete uute kontseptsioonideni jõudmisel (Williams, 1998). Motivatsiooni peetakse, aga metakontseptsiooniks (*meta-concept*), mis funktsioneerib, kui ajend reisimiskäitumiseks ja määrab erinevad turistide tegevuse aspektid, mis on seotud reisimise põhjuse, sihtkoha valiku tegemise ning reisi üldlase rahuloluga (Devesa, Laguna & Palacios, 2010).

Üks tuntumaid viise turismi kategoriseerimiseks on tavaliselt reisi põhilise eesmärgi järgi, mis aitab need paigutada erinevatesse gruppidesse üldise reisimise põhjuse järgi (Williams, 1998). Reisimise eesmärgi on mitmeid, leidub puhkuseturiste, ärituriste, üritusturiste, kruiisituriste, terviseturiste ja nii edasi. Ametliku turismistatistika järgi on turismireisid jaotatud peaeesmärgi järgi personaalseks ja professionaalseks. UNWTO (2008) järgi võib personaalsete turismireiside peaeesmärgiks olla: puhkus ja vaba aja veetmine; sõprade ja sugulaste külastamine; haridus ja väljaõpe; tervishoid ja arstiabi; religioon; ostlemine; transiit või muu eesmärk. Äri ja professionaalsuse kategooria hõlmab endas aga näiteks koosolekutel, konverentsidel ja seminaridel osalemist välismaal (UNWTO, 2008).

Tänapäeva ühiskonnas võib reisil olla aga mitu eesmärki, mille tõttu on need jaotatud üldistesse kategooriatesse reisikäitumise järgi, milleks oleksid: organiseeritud massiturist, individuaalne või väikese grupiga reisiv massiturist, üksi reisijad ehk seiklejad ning rändajad (Williams, 1998; Cohen, 1972).

Stanley C. Plog uuris suhet motivatsiooni ja isikupära vahel, mille järgi sõltuvad motivatsiooni tüübid ja sihtkohad reisimisel inimese isikuomadustest (Plog, 2001). Vastavalt Plog kõverale (joonis 1) jaotuvad inimesed peamiselt kolme gruppi: aktiivsed, passiivsed ja keskmised (Plog,

2002). Esialgses uuringus olid tüüpide nimedeks allotsentriline ja psühhotsentriline, kuid hiljem muutis ta need vastavalt aktiivne ja passiivne turist (Plog, 2002). Aktiivse iseloomuga turistilt eeldatakse, et ta soovib enda puhkuse veeta „turistilõksudest“ kaugemal, uusi kogemusi omandades ning kohalikke tundma õppides, kuid passiivse iseloomuga isikutelt eeldatakse tuttavate ja tihti külastavate tuntud kohtade eelistamist (Andreu et al., 2005). Lisaks eelnevalt nimetatud nii öelda äärmuslikele isikutüüpidele (aktiivne/allotsentriline ja passiivne/psühhotsentriline), eeldatakse keskmistelt (*centrics*), et neil on mõlema isikutüübi omadused, mis võivad inimese motivatsiooni ajendiks olla (Plog, 2001). Keskmiste inimeste hulgas leidub ka neid, kes on rohkem põnevusele ja uudsusele avatud (*near-venturer* ja *centric-venturer*) ning neid, kes soovivad külastada turvalisemaid sihtkohti (*near-dependable* ja *centric-dependable*) (Plog, 2002).



Joonis 1. Plog (2002) isikutüüpide kõver.

Dann (1977) järgi on kaks diskreetset põhjust miks inimesed reisivad (Dann, 1977). Nendeks pidas ta rutiinist pääsemist, et olla sotsiaalselt interaktiivne (anoomia ehk *anomie*) ning teisalt vajadust saada tunnustust ja omada teatud staatust, mis on aga saavutatav reisimise kogemusega (ego tugevdamine ehk *ego-enhancement*) (Andreu et al., 2005). Esimese motivatsiooni korral on tegemist sotsiaalsete vajaduste rahuldamisega, kus soovitakse lähedastega aega veeta, tutvuda kohalikega ning nendega suhelda (Dann, 1977). Teise motivatsiooni eesmärgiks on rahuldada sotsiaalsete vajaduste kõrval ka isiksuse vajadusi, kus näiteks teatud turistid soovivad külastada kohti kus on varem käinud nende sõbrad, mida ise pole varem külastatud ning kus nad saaksid olla „üleva“ staatusega (Andreu et al., 2005).

Kolmandaks lähenemisviisiks on Pearce'i poolt tutvustatud ning koos Caltabiano ja Moscardoga välja töötatud Maslow vajaduste hierarhia ehk inimvajaduste hierarhiast tuletatud teooria, mida tuntakse reisi karjääriredeli nime all (Pearce & Lee, 2005). Reisi karjääriredel (*Travel Career Ladder* ehk TCL) kirjeldab turisti motivatsiooni järgmiste elementidega: füsioloogilised vajadused, turvalisusvajadus, armastus- ja kuuluvusvajadus, tunnustusvajadus ja eneseteostusvajadus (Andreu et al., 2005). Nagu ka inimvajaduste hierarhia püramiidis, on ka selle teooria kohaselt madalamail astmel füsioloogilised vajadused ning kõrgemal astmel eneseteostusvajadus (Pearce & Lee, 2005). Toetudes eelnevale, on välja toodud, et reisijal pole ainult üks motivatsioon reisimiseks, vaid neid võib olla mitu, kuid üks nendest on domineeriv. Inimeste motivatsioon muutub reisides ning seda saab nimetada reisimise karjääriks ehk reisimise motivatsiooni mustriks, mis muutub elueaga ja reisikogemusega (Pearce & Lee, 2005).

Motivatsiooni uuringutes on järgmiseks sammuks tõmbe- ja tõuketegurid. Eelnevad uuringud on näidanud, et inimesed reisivad, kuna neid „tõugatakse“ reisima sisemiste tegurite tõttu ja neid „tõmbavad“ sihtkoha omadused (Devesa et al., 2010). Tõuketegurid on seotud indiviidide soovide ja ihadega ning sisemiste emotsionaalsete aspektidega, kuid tõmbetegurid on seotud väliste faktoritega, situatsiooni ja kognitiivsete aspektidega (Yoon & Uysal, 2005). Need tegurid toimivad koos sihtkoha valikul, mis on seotud turisti hinnanguga sihtkohale ning nende väärtustega (Devesa et al., 2010).

Mitmete empiiriliste uurimuste abil on leitud, et inimesed, kes on erineva taustaga, on erinevad enda motivatsioonis reisida ja sihtkohtade valikus (Andreu et al., 2005). On täheldatud erinevusi rohkem reisinud ja vähem reisinud inimeste vahel, erinevas elutsükliis olevate inimeste vahel ning erinevatel juhtudel on välja joonistunud, et naistel on kõrgem motivatsioon reisida kui meestel (Andreu et al., 2005). Motivatsiooni uuringutes on turist tähtsas rollis indiviidina- iga reisija on erinev ning seega on erinevad ka faktorid, mis teda motiveerivad (Mahika, 2011).

Erinevatest allikatest ja teooriatest selgub, et pole ühte ja õiget meetodit kuidas selgeks teha reisimise motivatsioon. Enamus juhtudel on tegemist mitme teguri koosmõjuga ning võib ette tulla ka inimeste tõelise motivatsiooni varjamist. Samuti muutub motivatsioon ka vanusega ehk on seotud inimese elutsükliga- erinevas vanuses inimestel on erinevad eesmärgid ja põhjused reisimiseks. Seega võib pidada peamiseks motivaatoriks domineerivat tegurit, mille tõttu otsustatakse reisida.

1.2 Reisimine perega

2018 aasta seisuga moodustasid 0-14 aastased lapsed maailma elanikkonnast 25,79% (The World Bank, 2019). Seega koosneb suur hulk maailma rahvastikust lastest, mistõttu on neil suur roll turismiturul. Euroopas tehtud uuringute kohaselt väidab EAS Turismiarenduskeskuse ülevaade (2016), et ca 30-40% puhkusreisidest tehakse koos lastega ning peamisteks sihtkohtadeks on suurlinnad, teemapargid ja maakohad enda looduse tõttu. Inimesed kasutavad perelt saadud väärtuseid ning uskumusi mallina individuaalses käitumises, arusaamades, väärtustes ja hoiakutes ning seetõttu on pere roll tähtsaks aspektiks otsuste tegemisel (Nanda, Hu & Bai, 2007).

Pereturismi sihtrühma moodustavad: vanemad, kes reisivad koos lastega; perekonna eri generatsioonide liikmed, kes reisivad koos; vanavanemad, kes reisivad enda lastelastega ning pere- ja sõprus(suhtlus)konnaga koos reisivad teised lapsed ja täiskasvanud (EAS Turismiarenduskeskus, 2016). On välja toodud, et perepuhkus on aeg perega koos veetmiseks, tehes tegevusi mis pole rutiinsed ning on mõningal määral seotud kompromisside tegemisega, kuna pere koosneb erineva vanusega inimestest (Li et al., 2017). Lastevanematel on aina vähem aega töö kõrvalt lastega veetmiseks ning seetõttu kasutavad puhkust nii öelda kaotatud aja tagasi tegemiseks ja vajalikuks ühiseks ajaveetmiseks (Nickerson & Jurowski, 2001).

EAS Turismiarenduskeskus (2016) on välja toonud peamised olulised tegurid nimetatud sihtrühma juures. On täheldatud, et reisitakse mälestuste loomise, pere ühtsena hoidmise ning peresidemete arendamise eesmärgil. Pered, kus kasvavad vanemad lapsed on nõus ette võtma pikema kestusega reise kui pered, kus on väikelapsed; tähtsal kohal on päritoluturism, ehk lastega külastatakse nende juuri; informatsiooni otsitakse peamiselt internetist ja paljud teenusepakkujad on keskendunud just sellele inimgrupile, kus on tähtsal kohal ka vanavanematega reisimine (EAS Turismiarenduskeskus, 2016). Erinevused lasteta ja lastega perede käitumisel reisi ajal on märgatavad- lasteta pered tegelevad kallimate hobidega ning on ekstreemsemad, kuid lastega pered eelistavad aega pigem rannas veeta (Li et al., 2017).

Küsimusele „kas vanematele meeldib lastega reisida?“ on raske vastata. Just väikeste lastega reisimist ning vanemate arvamust sellest on teoorias vähe uuritud ning seda peetakse delikaatseks teemaks (Wen, 2020). Kuigi väikestel lastel pole otsest ostuvõimet, on uuringud näidanud, et neil on vanemate otsustusvõimele suur mõju reisi valikus (Li et al., 2017). Wen (2020) rakendas Seligmani õpitud abituse teooriat ning selgus, et vanemad peavad reisimist väikelastega oluliseks, kuid selle planeerimine ja teostamine on seotud õpitud abitusega.

Vanemad on seega mures transpordi ja toidu ohutuse, tervise, sihtkoha meditsiinilise infrastruktuuri, kindlustuse, ettenägematute õnnetuste ja muu taolise pärast, mis kokku loovad tugeva abituse tunde reisi planeerimisel (Wen, 2020).

Laste roll otsuste tegemisel kasvab nende vanusega (Nanda et al., 2007). Vanemad lapsed suudavad lastevanematega paremini suhelda ning loogiliselt mõelda ja enda arvamust avaldada (Li et al., 2017). Nad suudavad vanemaid veenda, manipuleerida ning loogiliste argumentidega enda seisukohta kaitsta. Nooremad lapsed see eest mõjutavad reisi planeerimist lihtsalt enda olemasoluga- vanemad proovivad arvestada nende soovidega ning sellega mis neile meeldida võiks (Li et al., 2017). Vanemad on tunnistanud, et planeerides reisi väikelastega on ette tulnud mitmeid probleeme transpordi, majutuse ning muu taolisega, mis on nad pannud olukorda, kus eelistatakse väikelastega mitte reisida, kuid seda tehakse ikkagi (Wen, 2020).

Kuni nelja aastaste lastega reisimise eesmärgiks on järgmised motivatsioonid: lastega kvaliteetaja veetmine, pere mälestuste loomine, õppimine ja areng, kompensatsioon lastele ja endale (Li et al., 2017). On leitud, et peredes, kus on eelkooliealised lapsed, teeb reisiga seotuid otsuseid peamiselt naine (Nanda et al., 2007).

Uurides Türgi algkooli laste ootuseid reisile ning eelistatud sihtkohta, nentisid Demirdelen jt (2019), et enamus lastest soovib reisida USA-sse. Lapsed oskavad selgelt ette kujutada kuhu ja miks nad minna soovivad ning mida seal teha tahaksid (Demirdelen et al., 2019). Lapsed meenutavad tihti enda kogemusi kohaliku toidu ning kohtadega, mis on kodust eemal (Wu et al., 2019). Nende suureks huviks on loomad ja uute kultuuride avastamine ning nad on teadlikud sihtkoha atraktiivsusest kui ka tuntutusest, milleks on näiteks USA ja Prantsusmaa (Demirdelen et al., 2019).

Demirdelen jt (2019) leidsid, et parim allikas teada saada, mida lapsed soovivad enda reisidest, on seda küsida nende endi käest. Taoline uurimisvaldkond on veel noor ning vajab edasisis uuringuid näiteks selle kohta, kuidas laste soovid kattuvad tegelike perede reisimisharjumustega (Demirdelen et al., 2019). Kuid samas on välja toodud, et pered lastega külastavad kohti, mis võiks lastele huvi pakkuda- seda kas kaudselt, olles vanematel lihtsalt meelel või otseselt ehk lapsed ise pidevalt küsivad või paluvad (Nanda et al., 2007).

Eelnevast saab järeldada, et perega reisimisel on otsuste tegemisel tähtsal kohal lastevanemate ja laste vanused. Tihti tehakse kompromisse ning kombineeritakse erinevaid eesmärke, et saavutada kõiki rahuldav puhkus. Kuidas noorte laste soovid on seotud tegelike reisimisharjumustega on veel vähe uuritud. Seotud teema (pered, motivatsioon ja noored

lapsed) uurimisega on raskusi, kuna tihti annab parima tulemuse andmete saamiseks intervjuude läbi viimine, kuid sellega kaasnevad privaatsuse mured (mõned lapsevanemad ei soovi, et nende lastega nii vesteldakse) ning paljude intervjuude läbiviimine võtab kaua aega.

1.2.1 Perereiside ajalised eripärad

Planeerides reisi arvestatakse mitmeid erinevaid tegureid: sihtkoht, transpordi viis, majutus ja reisi kestus. Võrreldes teiste nimetatud aspektidega on ajalist poolt ehk reisi kestust vähem intensiivselt uuritud, kuid see on turismi seisukohalt tähtis (Grigolon et al., 2014). Üldiselt jagatakse reisi kestus kolmeks: lühike (1-3 ööd), keskmine (4-9 ööd) ja pikk (üle 10 öö) (Grigolon et al., 2014). Barros ja Machado (2010) on välja toonud, et turistid, kelle reisid on pikaajalised (*long-term*) külastavad rohkem erinevaid atraktsioone ning äärealasid, kuid lühema reisi kestusega turistid aga külastavad peamiselt tuntumaid atraktsioone ning jäävad pigem sihtkoha keskustesse. Eraldi mainiti peresid lastega, kes pigem eelistavad pikemaid reise, et hoida üleüldiselt raha reisipaketilt kokku (Barros & Machado, 2010).

On eeldatud Grigolon jt (2014) poolt, et reisi kestus võib olla seotud:

- kuudega, mil reisijatel on ajalisi piiranguid nagu näiteks puhkuspäevad või koolivaheajad;
- sotsiaalsed ja demograafilised karakteristikud nagu näiteks vanus individuaalselt ja perekeskselt;
- otsused, mis on tehtud eelnevalt.

Grigolon jt (2014) on enda hollandlastele keskendunud uuringus välja toonud, et reisi kestus on seotud hooajalisusega. Hollandlased eelistavad reisida peamiste puhkusaegade ajal ning eelistatult soojadel perioodidel (Grigolon et al., 2014). Leiti, et kõrghooajal reisimine, mis on tihti lähestikku peamiste puhkusaegadega, on seoses pikema reisi kestusega, sest saadaval on nii öelda rohkem vabu päevi (*ibid*). Teisalt on reisi kestus seotud ka erinevate muutujatega nagu sissetulek ja reisi maksumus (Alegre & Pou, 2006).

Uuringus tuli välja, et noored inimesed eelistavad lühemaid reise ning vanemad pigem pikema, mis võib olla seotud reisi kogumaksumusega (Grigolon et al., 2014). Laste olemasolu, kellel on reguleeritud vaheajad, võivad viia pikema reisi kestuseni (Alegre & Pou, 2006). Sarnaselt leidsid Grigolon jt (2014), et pere nooremate lastega reisib tõenäolisemalt peamistel puhkusaegadel ning seega võib tegemist olla pikema reisi kestusega. Kaugemate

reiside osakaal võib suureneda laste vanuse kasvuga, kuna vanemate lastega pered otsivad eksootilisemat ja suurejoonelisemat elamust (Schänzel & Yeoman, 2015).

Reisi kestus on seega seotud mitmete erinevate teguritega, milleks võivad olla perekonna tüüp, laste ja vanemate vanused, rahaline seis, kuupäevade sobivus ja veel palju muud. Mitmetest uuringutest on välja tulnud, et lastega pered võivad eelistada koolivaheaegadel reisimist ning seega võib selle kestus olla pikem. Samuti on seos vanusega ehk noorematel inimestel pole võib olla nii palju ressursse, et pikemat puhkust veeta kui paar päeva, kuid vanematel ja kogenenumatel turistidel võib rohkem raha olla, et kohapeal rohkem mõnusi nautida.

1.2.2 Sihtkoha valik

Sihtkohti võib defineerida mitmetel eri viisidel (Darwish & Burnes, 2019). Üks tuntumaid määratlusi on, et sihtkoht on teatud geograafiline regioon, milles turistid naudivad erinevaid reisimise kogemusi (Żemła, 2016). Üks detailsemaid tähendusi on antud Framke (2002) poolt, kes leidis, et turismi sihtkoht on geograafiline ala, mis sisaldab endas maastikku ja kultuurilisi eripärasid, mis omakorda annab võimaluse pakkuda turismiprodukti- see võib endas hõlmata majutust, transporti ning vähemalt ühte silmapaistvat tegevust.

Lisaks eelnevatele teguritele nagu motivatsioon, rahaline seis ning pere koosseis, võib sihtkoha valikut reisimisel seostada ka sihtkohas olemasolevate ning teha soovitatavate tegevustega. Lastega pered eelistavad aega veeta basseinides ning rannas, kuid grupid, mis koosnevad peamiselt täiskasvanutest, eelistavad aega veeta pubides, klubides ja baarides (Li et al., 2017). USA reisiklubi perega reisivatele liikmetele saadetud küsitluse kohaselt olid perega reisides peamised tegevused: ujumine, väljas söömine, kohalike eripärade ja delikatesside proovimine, ostlemine, ööelu ja meelelahutuse kogemine, ajalooliste kohtade külastamine, koha vaatamisväärsused, loomaaia külastamine ning sõprade ja tuttavatega kokku saamine (Lehto et al., 2012).

Khoo-Lattimore jt (2015) poolt tehtud uuringus tuli välja, et lastevanemate jaoks on tähtsaks aspektiks majutusasutuse meeskonna- ja lastevaheline suhtlus. Samuti peavad olema ka lapsesõbralikud mugavused nagu meelelahutus, basseinid ning ka lastemenüü, et rahuldada nii laste (peamiselt alla 11 aasta) kui ka vanemate soove (Curtale, 2018). Vajalik on turvalisus, kus lapsevanemad soovivad töötajaskonda, kellel on arusaam kuidas lapsi kaitsta ja hoida (Khoo-Lattimore et al., 2015).

Tähtsal kohal on ka perele suunatud programmid ja paketid ning valiku tegemisele aitab kaasa ka kui sihtkohas on lastele mõeldud programm, mis õpetab neile midagi uut (Khoo-Lattimore et al., 2015). Lapsi küsitledes toodi välja, et nemad tahaksid puhkusel olles tegeleda erinevate tegevustega nagu mängimine, olla päikese käes, liiva ning vee lähedal (Gram, 2005). Seega saab järeldada, et turundamisel lapsemeelsusele rõhu panemine tasub ennast ära, kuna vanemad peavad reisi valides silmas laste soove ja vajadusi, püüdes samas enda elu samuti mugavaks muuta (Curtale, 2018).

Vanemate lastega pered on alid tegema rohkem kompromisse laste endiga. Vanemad lapsed eelistavad reisil olles tegeleda aktiivsete, lõbusate ja sotsialiseeruvate tegevustega, kuid vanemad soovivad tihti vaid lõõgastuda (Schänzel & Yeoman, 2014). Meeldivate mälestuste loomiseks tehakse reisi valikul kompromisse, mis on tähtsaks teguriks perega reisimise uurimisel.

Khoo-Lattimore jt (2015) uuringu järgi on noorte laste olemasolul peres naistel suurem otsustusroll. Vanemad eelistavad reisida noorte lastega lähemale, et lapsed ei väsiks pikast teekonnast ära. Samuti mainiti Malaisias tehtud uuringus, et 75% osalejatest eelistas lähedal asuvat puhkekohta, sihtkohta jõudmiseks võiks minna 3-4 tundi ja suure erinevusega ajatsoone ei eelistata (Khoo-Lattimore et al., 2015).

Sarnaselt on EAS Turismiarenduskeskuse ülevaates (2016) välja toodud, et pereturistide põhivajadusteks on sobilik hind ja eriline kohtlemine, huvipakkuv tegevuste valdkond (suusatamisest muuseumite ja golfini), kasuks võib tulla „kõik hinnas“ pakkumine, turvalisus ning personaalne reisikava. Seega saab järeldada, et lastega reisimisel on oluliseks turvalisus, huvipakkuvate tegevuste olemasolu, pakett ja selle hind, mis aitavad sihtkoha valiku tegemisele kaasa.

2. Andmed ja metoodika

2.1 Uurimisala kirjeldus

Uurimistöös uuritakse eestlaste reisimisharjumusi välismaale riiklikult sätestatud kevad- ja sügiskoolivaheaegadel. Statistikaameti andmeid kasutades on võimalik anda ülevaade eestlaste poolt tehtud ööbimistega välisreisidest reisi peaesmärgi ning sihtriigi järgi. Aastatel 2006-2013 uuriti reise lisana tööjõu-uuringul, leibkonna ülduuringul või leibkonna eelarve uuringul. Aastast 2014 on kasutusele võetud turismi mooduluuring (alates 2016 pidevuuring). Tööjõu ning leibkonna eelarve uuringus arvestati reisidega, mis lõppesid vastamisele eelnenud kuu jooksul. Leibkonna ülduuringu ja turismi mooduluuringu korral aga arvestatakse eelmise kahe kuu jooksul lõppenud sise- ja välisreise (Statistikaamet, 2020a).

Vaadates aastate 2008-2019 välisreise, tehti ühes aastas keskmiselt 1 235 808 välisreisi. Keskmiselt tehakse aastas 297 000 tööreisi, 672 800 puhkusreisi, 249 000 pere või tuttava külastust ning 30 900 muud isiklikku reisi (Statistikaamet, 2020a). Seega on antud andmete põhjal peamiseks eestlaste reisimise eesmärgiks puhkusreis (54%), millele järgnevad tööreisid (24%), pere või tuttava külastamised (20%) ning muu isikliku eesmärgiga reisid (2%). Sama uuringu raames küsiti ka reisi sihtriiki (Statistikaamet, 2020b). Statistikaameti leheküljel on välja toodud, et peamiselt külastatud riigid on Leedu, Läti, Rootsi, Soome ja Venemaa, kuhu tehakse keskmiselt 53,3% kogu reisidest. Ülejäänud riigid on kategoriseeritud „muud riigid“ alla. Keskmiselt reisitakse nimetatud riikidest enim (kahanevas järjekorras) Soome, Venemaale, Läti, Rootsi ja Leetu.

Eestlaste reisimisharjumuste ja sihtkohtade kokkuvõtteid on koostanud ka kohalikud turismiettevõtted nagu Estravel ja Go Travel. Go Travel on välja toonud, et eestlaste reisimishuvi sügisel on suur ning peamiseks sihtkohtadeks 2019. aasta sügisvaheajal olid Türgi, Tenerife (Hispaania) ja Kreeka (Go Group, 2019). Go Travel turundusjuht Epp Piir-Riikoja nentis, et: „Lisaks soojale ilmale mängivad olulist rolli ka lühike lennuaeg, soodne hinnatase ning ühise ajaveetmise võimalused kohapeal.“ (Go Group, 2019). 2018. aasta kevadvaheaja eelistatuimad riigid Estraveli klientide seas olid Türgi, Kreeka, Hispaania, Soome, USA, Portugal, Kanaari saared (Hispaania), Suurbritannia, Saksamaa ja Itaalia (Estravel, 2018).

Lisaks Statistikaameti küsitlusele ja reisifirmade kokkuvõtetele, on eestlaste välisreise uuritud veel järgnevatel meetoditel. Mobiilpositsioneerimise andmeid on kasutatud inimeste liikumise uurimiseks ajas ja ruumis ning samuti turismi uurimiseks. Silm ja Ahas (2014) uurisid

passiivseid mobiilpositsioneerimise andmeid kasutades, kuidas mõjutab etnilisus tööga mitte seotud kodust eemal tehtavaid tegevusi. Uuriti enamusrühmi (eesti keelt kõnelevad inimesed) ning suurimat vähemusrühmi (vene keelt kõnelevad kodaniku). Leiti, et inimese etnilisusel on suur roll inimese tegevuskeskkonnale. Vene keelt kõnelevad inimesed liiguvad Eesti siseselt vähem ringi kui enamusrühm ning ka välismaale reisitakse vähem ja peamiselt külastatakse endiseid NSVL-i riike (Silm & Ahas, 2014).

Samuti on uuritud generatsioonidevahelisi erinevusi ruumilises mobiilsuses (Masso et al., 2019). Masso jt (2019) uurisid kuute erinevat vanuserühmi Eestist, vahemikes 20-29, 30-39, 40-49, 50-59, 60-69 ja 70+ eluaastat. Leiti, et külastused välismaale vähenevad üldiselt lineaarselt inimese vanusega (Masso et al., 2019). Seega tuli välja, et uuritava perioodil reisisid välismaale vastavalt 64% 20-29 aastastest, 58% 30-39 aastastest, 55% 40-49 aastastest, 51% 50-59 aastastest, 37% 60-69 aastastest ja 18% 70+ aastastest (*ibid*).

2.2 Mobiilpositsioneerimine

Tänapäeval kasutavad enamik turiste mobiiltelefone, mille abil on hea uurida ning statistikat koostada sissetulevate, väljaminevate ja riigisiseste reiside kohta (Positium, 2019). Maailmas on kaheksa miljardit SIM-kaardi ühendust ja 3,8 miljardit mobiilse interneti kasutajat (GSMA, 2020) ning Euroopas ja Kesk-Aasias omasid telefoni 2018. aastal 84% inimestest (GSMA, 2019). Antud töös kasutatavad andmed on saadud mobiilpositsioneerimise teel. Mobiilpositsioneerimine on seadme koordinaatide jälgimine läbi mobiilsidevõrgu (Ahas et al., 2008).

Mobiilpositsioneerimise saab jagada kaheks – passiivseks ja aktiivseks. Aktiivse mobiilpositsioneerimise korral leitakse asukoht kasutades spetsiaalset päringut ning raadiolaineid, mille jaoks on vaja mobiiltelefoni omaniku luba. Aktiivset mobiilpositsioneerimist kasutatakse näiteks hädaabikõnede jaoks, sõprade leidmiseks ja teiste asukohapõhiste teenuste jaoks (Ahas et al., 2008).

Passiivse mobiilpositsioneerimise korral salvestatakse asukoha andmed automaatselt mobiilsideoperaatorite logidesse kui tehakse toiming mobiiltelefoniga (Ahas et al., 2007). Toiminguteks loetakse igat tegevust mobiiltelefoniga nagu kõned ja sõnumid (sisse ja välja), internetis käimised (Kuusik et al., 2014; Ahas et al., 2008). Nimetatud andmed kogutakse tavaliselt võrgumastide täpsusega ning neid on kasutatud mitmetes uuringutes teemadel nagu transport ja planeerimine (Ahas et al., 2008).

2.3 Valim

Töös uuritakse 2008/2009, 2010/2011, 2012/2013, 2014/2015 ja 2016/2017 õppeaastatel riiklikult sätestatud sügis- ja kevadvaheaegadel ning võrdlusnädalatel tehtud külastusi erinevatesse riikidesse. Vastavad kuupäevad riiklikult sätestatud koolivaheaegade kohta saadi Riigi Teatajast (Riigi Teataja, 2015). Andmeid küsiti üle õppeaasta nelja perioodi kohta (sügisvaheaeg, sügise kontrollnädal, kevadvaheaeg ja kevade kontrollnädal) (tabel 1). Valiti just sügis- ja kevadvaheaeg, sest need on konkreetsemad kui suve- ja talvevaheaeg. Suvevaheaeg on pikk periood ning talvevaheaeg on samuti pikem aeg, kuhu sisse jäävad mitmed pühad.

Kasutatud on ühe Eesti suurima mobiilsideoperaatori Telia andmeid, mille turuosa oli 2018. aasta I kvartali lõppkasutajate arvu poolest 41% ning tema mobiilsidevõrk katab Eesti territooriumist 99,9% (Tehnilise Järelevalve Amet, 2018). Valim koostati alates 2008/2009 õppeaastast kuni 2016/2017 õppeaastani, sest alates 2017/2018 õppeaastast võeti kasutusele ka viies koolivaheaeg mille tõttu ongi valitud eelnevalt nimetatud vahemikud, et need oleksid võrdlemiseks sobilikud.

Tabel 1. Uuritavate perioodide kuupäevad.

Õppeaasta	Sügisvaheaeg	Sügise võrdlusnädal	Kevadvaheaeg	Kevade võrdlusnädal
2008/2009	24.10.2008- 03.11.2008	14.11.2008- 24.11.2008	13.03.2009- 23.03.2009	03.04.2009- 13.04.2009
2010/2011	22.10.2010- 01.11.2010	12.11.2010- 22.11.2010	18.03.2011- 28.03.2011	08.04.2011- 18.04.2011
2012/2013	19.10.2012- 29.10.2012	09.11.2012- 19.11.2012	15.03.2013- 25.03.2013	05.04.2013- 15.04.2013
2014/2015	17.10.2014- 27.10.2014	07.11.2014- 17.11.2014	13.03.2015- 23.03.2015	03.04.2015- 13.04.2015
2016/2017	21.10.2016- 31.10.2016	11.11.2016- 21.11.2016	17.03.2017- 27.03.2017	07.04.2017- 17.04.2017

Koolivaheagadele on juurde arvestatud puhverpäevad. Ametlikele koolivaheagade kuupäevadele on juurde antud üks päev enne ja üks päev pärast koolivaheaja ametlikku lõppu ja algust (koolivaheajale eelnevast reedest koolivaheaja lõpule järgneva esmaspäevani), et valimisse jääks võimalikult palju külastusi, mille eesmärgiks võis olla perereis. Mobiilpositsioneerimise andmed ei näita aga tegelikku reisi eesmärki ning koolivaheajal tehtud reisid ei pruugi olla perereisid. Võrdlusnädalad on valitud peale koolivaheaja lõppu nii, et kui koolivaheag koos puhvriga lõppeb esmaspäeval, siis sama nädala reedest loetakse nädal edasi ning võetakse sama pikkusega vahemik (reedest esmaspäevani). Koolivaheagade ja kontrollnädalate vahe on seega kümme päeva.

2.4 Andmed ja analüüsi metoodika

Uuritavad andmed saadi konfidentsiaalsete andmete haldaja Tartu Ülikooli Mobiilsusuuringute labori käest, allkirjastades TÜ Mobiilsusuuringute labori konfidentsiaalsete andmete kasutamise leping. Algandmed on kogutud passiivse mobiilpositsioneerimise meetodil ning antud on mobiiltelefoni kasutaja ID (*pos_usr_id*), reisi ID (*trip_id*), külastatud riigi lühend (*iso_a2*), riigis viibimise kuupäev (*stay_date*) (seal tehtud kõnetoimingute kuupäevad ehk uus registreeritud viibimine), reisi algus- ja lõppkuupäev (*trip_first_date* ja *trip_last_date*), kas tegu on transiitriigiga (*is_transit*), kas on mitmepäevane riik (*is_multiday_country*) ning päringu tüüp (*query_type*) (sügisvaheaeg, sügise võrdlusnädal, kevadvaheaeg, kevade võrdlusnädal).

Algandmetes olid antud kõik külastused, mis algasid või lõppesid antud perioodidel. Eesmärgiks oli uurida aga külastusi, mis on alanud ja lõppenud etteantud vahemikes. Seega kirjutati kriteeriumid vastavalt eelpool mainitud kuupäevadele, et kätte saada ainult need külastused mis on toimunud etteantud vahemikes. Uurimise all on neli vaadeldavat aega (sügisvaheaeg, sügise võrdlusnädal, kevadvaheaeg ja kevadine võrdlusnädal), mis omakorda jagunevad viieks (viis uuritavat õppeaastat). Seega vaadeldakse antud töös 20 vahemikku.

Töös käsitletakse külastusi, sest ühe reisi jooksul võidakse külastada mitut erinevat riiki ning mobiilpositsioneerimise andmete põhjal pole teada külastuse eesmärk ning milline riik on peamiseks sihtkohaks. Eemaldati aga need külastused, mis tehti riikidesse, kus viibiti alla nelja tunni ehk transiitkülastused. Kõik ülejäänud pikemad viibimised loeti selles töös sihtriikide külastusteks. Transiitriigina on sellised külastused, mis on tehtud, et saada sihtriiki, kuid minimaalne riigis olemise aeg on vähem kui turismikülastuseks peetav aeg (Ahas et al., 2014),

transiitkülastuse aeg on alla nelja tunni (Saluveer et al., 2020). Eemaldati ka kirjed, mille tunnuseks oli „00“ ehk päritoluriik teadmata. Kuna algandmetes on antud kõik ühes riigis tehtud toimingud kuupäevaliselt (riigis viibimise kuupäev ehk seal tehtud kõnetoiming), grupeeriti andmed kasutaja ID, reisi ID, külastatud riigi, algus- ja lõppkuupäeva, kas tegemist on transiitriigiga või ei ning päringutüübi järgi.

Tulemustes võrreldakse iga aasta koolivaheaegade ja võrdlusnädalate külastusi, et näha kas külastuste koguarvu erinevus gruppides on statistiliselt oluline. Selle kontrollimiseks tehakse hii-ruut test.

Et andmed oleksid võrreldavad, leitakse nii vaheaegade kui võrdlusnädalate viisteist populaarsemat sihtkohta ning vaadatakse kas igas vahemikus enim külastatud riikides leidub erinevusi (vaheaegadel ning vastavatel võrdlusnädalatel). Samuti vaadeldakse kas leidub erinevusi sügis- ja kevadvaheaja populaarseimates riikides. Uuritakse populaarsemat viieteist riiki, sest nende külastused moodustavad keskmiselt 85% kõigist antud vahemikus tehtud külastustest.

Vaadeldakse ka kas igas koolivaheaja vahemikus enim külastatud riikide külastuste arv on ajas muutunud (nii igal kevadvaheajal külastatud riikide ja igal sügisvaheajal külastatud riikide külastuste arvud). Uuritakse seega nende riikide külastuste mahte, mis olid edetabelis igal uuritaval aastal. Selleks leitakse kuidas on külastuste arv protsentuaalselt, võrreldes esimese uuritud aasta külastustega, riigi siseselt muutunud (kasvanud/kahanenud) (2008/2009 aasta on seega nii öelda nullseis).

Andmete töötlemiseks kasutati programmi MS Access 2016, mille abil tehti algandmetest vajaminevad päringud ning tabelid. Analüüsil kasutati Excel 2016, mille abil tehti erinevad joonised ning tabelid. Programmi IBM SPSS Statistics 22 kasutati hii-ruut testi läbiviimiseks ning kaart koostati programmis QGIS 3.10.0.

2.5 Lühüülevaade andmetest

Valitud ajavahemikel (kahekümnel perioodil) tehti kokku 496 217 reisi ning 516 903 külastust eri riikidesse (tabel 2). Valdavalt oli reisil üks sihtriik, kuid 19 573 reisil ehk 3,94% oli neid mitu. Vastavalt kaks sihtriiki oli 3,72%, kolm sihtriiki 0,21% ja neli sihtriiki 0,01% reisidest. Kõikidel perioodidel külastati kokku 170 riiki ning sügis- ja kevadvaheaegadel kokku 161 riiki.

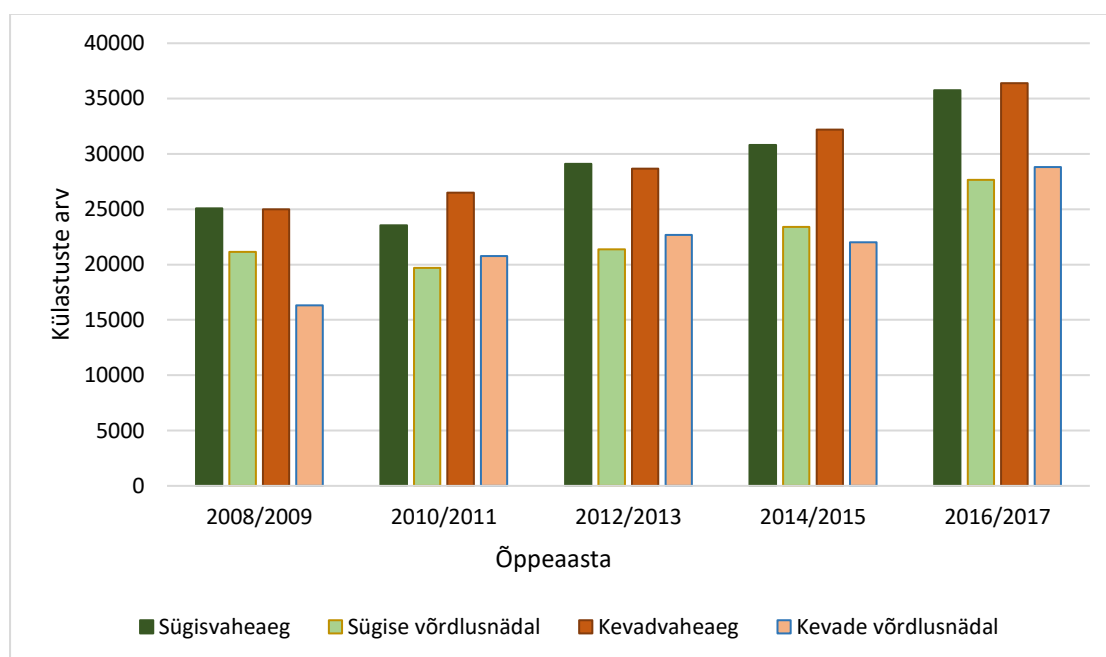
Tabel 2. Välismaale tehtud külastuste arv õppeaastate kaupa uuritavatel perioodidel.

Õppeaasta	Külastuste arv
2008/2009	87 538
2010/2011	90 503
2012/2013	101 843
2014/2015	108 399
2016/2017	128 620
Kokku	516 903

3. Tulemused

3.1 Küllastuste jagunemine vaheaegade ja võrdlusnädalate lõikes

Antud perioodidel tehti kokku 516 903 küllastust välismaale. Enim küllastustest tehti vaheaegadel ehk 57% ning 43% võrdlusnädalatel. Vaheaegadel kokku tehti 293 036 küllastust ning võrdlusnädalatel 223 867 küllastust. Vastavalt tehti sügisvaheaegadel kokku 144 299 (27,9%), sügise võrdlusnädalal 113 257 (21,9%), kevadvaheajal 148 737 (28,8%) ning kevade võrdlusnädalal 110 610 (21,4%) välisküllastust. Joonisel 2 on toodud sügisvaheaja ja vastava võrdlusnädala ning kevadvaheaja ja vastava võrdlusnädala küllastuste arvud. Vaadates küllastuste koguarvu õppeaastati, on iga järgneva uuritava õppeaasta küllastuste arv kasvanud. Erandiks on 2010/2011 õppeaasta sügis, kus võrreldes eelneva uuritud õppeaastaga küllastuste arvud vähenesid ning 2014/2015 õppeaasta kevadine võrdlusnädal, kus võrreldes eelneva uuritud võrdlusnädalaga vähenesid küllastuste arvud 686 võrra.



Joonis 2. Koolivaheaegade ja vastavate võrdlusnädalate küllastused.

Vaheaegadel on tehtud rohkem küllastusi kui võrdlusnädalatel. Võrreldes küllastuste arve (sügisvaheaeg, sügise võrdlusnädal, kevadvaheaeg, kevade võrdlusnädal) ilmneb, et sügisvaheajal tehti rohkem küllastusi kui kevadvaheajal kahel õppeaastal (2008/2009 ja 2012/2013) ning ülejäänutel uuritud aastatel tehti rohkem küllastusi kevadvaheajal. Üldiselt aga enim küllastusi välismaale tehti kevadvaheajal (joonis 2). Sellele järgneb sügisvaheaeg, sügisene võrdlusnädal ning kevadine võrdlusnädal. Arvuliselt tehti enim küllastusi 2016/2017

õppeaasta kevadvaheajal ning väikseim arv külastusi 2008/2009 õppeaasta kevadisel võrdlusnädalal.

Võrdlemaks, kas külastuste arvude erinevused vaheajal ja vastaval võrdlusnädalal (sügisvaheaja külastusi võrreldi sügisese võrdlusnädalaga ning kevadvaheaja külastusi kevadise võrdlusnädalaga) on statistiliselt tähtsad, kasutati hii-ruut testi ning püstitati kaks hüpoteesi. Nullhüpoteesiks oli, et külastuste arvud ei sõltu perioodist ning alternatiivhüpoteesiks oli, et külastuste arv sõltub vaadeldavast perioodist (vaheaeg või võrdlusnädal).

Sügiseste külastuste arvude jaotuse hii-ruut statistikuks on 174,182 ($df=4$, $p=0,000$). Leiti, et sügise külastuste jaotuses on statistilisi erinevusi. Seega kummutati nullhüpotees ning kehtima jääb alternatiivne hüpotees ehk külastuste arvud sõltuvad perioodist (vaheaeg või võrdlusnädal).

Kevadiste külastuste arvude jaotuse hii-ruut statistikuks on 402,079 ($df=4$, $p=0,000$). Sarnaselt sügisvaheaja külastuste uurimisega leiti, et kevadiste külastuste jaotuses on statistiline erinevus. Kummutati nullhüpotees ning kehtima jäi alternatiivne hüpotees, et külastuste arvud sõltuvad perioodist.

Samuti viidi läbi hii-ruut test iga õppeaasta kohta eraldi nii sügisvaheaja ja võrdlusnädala kui kevadvaheaja ja võrdlusnädala kaupa. Sealt selgus sarnaselt eelnevaga, et igal õppeaastal eraldi on vaheaja ja vastava võrdlusnädala külastuste arvudes statistiline erinevus ning kehtima jäi alternatiivne hüpotees.

3.2 Koolivaheaegade ja võrdlusnädalate populaarseimad sihtkohad

3.2.1 Sügiseste perioodide populaarseimad riigid

Allpool olevas tabelis 3 on toodud vastavate õppeaastate külastatuimad riigid korraga nii sügisvaheaja kui sügisese võrdlusnädala kohta, kasutades külastatud riigi lühendeid. Järjekorranumbriga 1 on antud perioodi enim külastatud riik ning nimistu on külastuste kahanemise järjekorras. Rohelised lahtrid tähendavad, et sihtriiki on reisinud samal õppeaastal nii sügisvaheajal kui võrdlusnädalal. Helekollane lahter tähendab, et sihtriik esineb õppeaastate vaheajal kui ka võrdlusnädalal, kuid samal õppeaastal polnud mõlema korral riik edetabelis. Roosa lahter aga näitab riike, mis olid külastatuimate riikide seas iga õppeaasta jooksul ainult

vaheajal ja mitte võrdlusnädalal ning oranž lahter näitab riike, mis esinesid edetabelis vaid korra.

Sügisvaheaja populaarseimad viisteist riiki moodustasid keskmiselt selles vahemikus tehtud külastustest 87,9% ning võrdlusnädalal tehtud külastused kogu antud vahemikus tehtud külastustest keskmiselt 89,3%.

Tabel 3. Sügisvaheaja ja sügise võrdlusnädala enim külastatud riigid.

Järjestus	2008/2009		2010/2011		2012/2013		2014/2015		2016/2017	
	vaheaeg	võrdlus	vaheaeg	võrdlus	vaheaeg	võrdlus	vaheaeg	võrdlus	vaheaeg	võrdlus
1.	FI	FI	FI	FI	FI	FI	FI	FI	FI	FI
2.	LV	LV	LV	LV	LV	LV	LV	LV	LV	LV
3.	RU	RU	RU	RU	RU	RU	RU	RU	RU	RU
4.	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE
5.	DE	LT	DE	DE	DE	DE	DE	DE	ES	DE
6.	LT	DE	GB	LT	FR	LT	TR	LT	DE	LT
7.	EG	EG	FR	GB	LT	GB	ES	NO	LT	NO
8.	GB	GB	PL	BE	ES	PL	LT	GB	NO	GB
9.	ES	FR	ES	PL	TR	NO	PL	PL	GB	ES
10.	IT	DK	TR	NO	PL	FR	FR	BE	IT	PL
11.	FR	ES	LT	NL	IT	BE	NO	ES	TR	FR
12.	PL	NL	IT	FR	GB	IT	GB	FR	FR	NL
13.	TR	NO	EG	EG	NO	NL	IT	IT	PL	BE
14.	NO	BE	BE	ES	NL	ES	BE	BY	BE	IT
15.	DK	PL	NO	IT	BE	EG	NL	DK	US	DK
	kattuvus õppeaasta siseselt									
	iga aasta ainult vaheaeg									
	on esinenud mõlemas perioodis, kuid vastava õppeaasta nimistus vaid vaheajal või võrdlusnädalal									
	ainuke esinevus edetabelis									

Sügisvaheaja ja vastava võrdlusnädala populaarseimate sihtkohtade edetabelis tuli välja, et valdavalt on külastatuimad riigid samad (tabel 3). Peamiselt külastati iga uuritava õppeaasta nii vaheajal kui võrdlusnädalal Soomet (FI), Lätit (LV), Venemaad (RU), Rootsit (SE), Saksamaad (DE), Leedut (LT), Suurbritanniat (GB), Hispaaniat (ES), Poolat (PL), Prantsusmaad (FR) ja Norrat (NO). Külastati ka Egiptust (EG), Itaaliat (IT), Hollandit (NL), Belgia (BE), Taanit (DK), Valgevenet (BY) ja USA-d (US).

Populaarsuse järgi kahanevas järjekorras on igal uuritaval õppeaastal neli esimest riiki nii koolivaheajal kui võrdlusnädalal samad (Soome, Läti, Venemaa ja Rootsi). Erinevused esinevadki peamiselt vastavate aastate perioodide riikide populaarsuse järjekorras. Peamiseks erinevuseks on aga see, et Türgi (TR) oli külastatuimate riikide hulgas vaid sügisvaheajadel, kuid võrdlusnädalal ta enam sinna ei mahtunud. Samuti on näha, et algselt külastati Itaaliat vaid 2008/2009 õppeaasta vaheajal, kuid järgnevatel aastatel on ta esindatud nii võrdlusnädalal

kui koolivaheajal. Holland oli populaarseimate riikide seas vaid võrdlusnädalal õppeaastatel 2016/2017, 2010/2011 ja 2008/2009. Aastal 2014/2015 oli ta esindatud vaid koolivaheajal ning 2012/2013 oli ta mõlemas vahemikus esindatud (tabel 3).

Õppeaastatel 2008/2009 ja 2010/2011 oli Egiptus nii vaheaja kui võrdlusnädala populaarseimate riikide seas (tabel 3). Aastaks 2012/2013 oli ta alles ainult võrdlusnädala edetabelis ning järgnevatel aastatel ta enam kummagi perioodi populaarseimate riikide hulka ei kuulunud. Samuti kuulus Taani edetabelisse nii vaheajal kui võrdlusnädalal aastal 2008/2009, aastatel 2010/2011-2012/2013 puudus edetabelist ning viimasel kahel õppeaastal kuulus ta ainult võrdlusnädala populaarseimate riikide hulka. Aastatel 2014/2015 ja 2016/2017 tulid edetabelist välja ka erandid. Valgevene oli populaarseimate riikide hulgas vaid 2014/2015 võrdlusnädalal ja USA vaid 2016/2017 koolivaheajal.

3.2.2 Kevadiste perioodide populaarseimad riigid

Allpool olevas tabelis 4 on toodud vastavate õppeaastate külastatuimad riigid korraga nii kevadvaheaja kui kevadise võrdlusnädala kohta, kasutades külastatud riigi lühendeid. Riigid on külastuste arvude vähenemise järjekorras, kus esimesel kohal olev riik on vastava perioodi enimmülastatud ehk suurima külastuste arvuga. Rohelised lahtrid tähendavad, et sihtriiki on reisinud samal õppeaastal nii kevadvaheajal kui võrdlusnädalal. Helekollane lahter tähendab, et sihtriik esineb õppeaastate vaheajal kui ka võrdlusnädalal, kuid samal õppeaastal polnud mõlema korral riik edetabelis. Roosa lahter aga näitab riike, mis olid külastatuimate riikide seas iga õppeaasta jooksul ainult vaheajal ja mitte võrdlusnädalal ning oranž lahter näitab riike, mis esinesid edetabelis vaid korra. Sinine lahter näitab riike, mis esinesid ainult võrdlusnädalal.

Kevadvaheaja viieteistkümne populaarseima riigi külastused moodustasid keskmiselt kõigist selles vahemikes tehtud külastustest 87,5% ning kevadise võrdlusnädala viieteistkümne populaarseima riigi külastused kõigist selle vahemike omast keskmiselt 89,4%.

Tabel 4. Kevadvaheaja ja kevadise võrdlusnädala populaarseimad riigid.

Järjestus	2008/2009		2010/2011		2012/2013		2014/2015		2016/2017	
	vaheaeg	võrdlus	vaheaeg	võrdlus	vaheaeg	võrdlus	vaheaeg	võrdlus	vaheaeg	võrdlus
1.	FI	FI	FI	FI	FI	FI	FI	FI	FI	FI
2.	LV	LV	LV	LV	LV	LV	LV	LV	LV	LV
3.	SE	RU	SE	RU	SE	RU	SE	RU	SE	RU
4.	RU	SE	RU	SE	RU	SE	RU	SE	RU	SE
5.	AT	LT	DE	LT	FR	DE	NO	LT	NO	LT
6.	GB	EG	AT	DE	IT	LT	IT	DE	LT	ES
7.	LT	DE	NO	GB	AT	ES	DE	NO	ES	NO
8.	DE	GB	IT	ES	DE	GB	LT	ES	DE	DE
9.	NO	FR	LT	IT	NO	NO	FR	GB	IT	GB
10.	EG	NL	FR	NL	LT	IT	AT	PL	FR	FR
11.	FR	PL	GB	PL	PL	FR	ES	FR	GB	IT
12.	IT	ES	PL	FR	ES	PL	GB	IT	AT	BY
13.	PL	IT	ES	NO	GB	BE	PL	EG	PL	PL
14.	ES	NO	BE	BE	EG	NL	BE	BY	BY	NL
15.	CZ	DK	NL	TR	NL	EG	CH	TR	BE	TR
kattuvus õppeaasta siseselt										
iga aasta ainult vaheaeg										
on esinenud mõlemas perioodis, kuid vastava õppeaasta nimistus vaid vaheajal või võrdlusnädalal										
ainuke esinevus edetabelis										
ainult võrdlusnädalal										

Kui võrrelda kevadise koolivaheaja ning vastava võrdlusnädala populaarseimaid sihtriike, siis ilmneb, et valdavalt on riigid samad (tabel 4), kuid peamised erinevused seisnevad populaarsuse järjekorras. Iga uuritava aasta kevadvaheajal ja võrdlusnädalal olid populaarseimate riikide seas Soome (FI), Läti (LV), Venemaa (RU), Rootsi (SE), Leedu (LT), Suurbritannia (GB), Saksamaa (DE), Itaalia (IT), Norra (NO), Hispaania (ES), Prantsusmaa (FR) ja Poola (PL). Küllastuste edetabelis olid veel ka Egiptus (EG), Holland (NL), Valgevene (BY) ja Belgia (BE).

Nii vaheajal kui võrdlusnädalal olid esimesed kaks populaarseimat riiki sama järjestusega (Soome ja Läti), kuid koolivaheajal oli alati kolmandal kohal Rootsi ning võrdlusnädalal Venemaa. Samuti ilmnes, et Austria (AT) esines iga uuritud õppeaasta edetabelis vaid koolivaheajal, kuid võrdlusnädalal ta populaarseimate riikide hulka ei mahtunud. Türgi (TR) esines edetabelis vaid võrdlusnädalal ja mitte vaheaegade populaarseimate riikide hulgas.

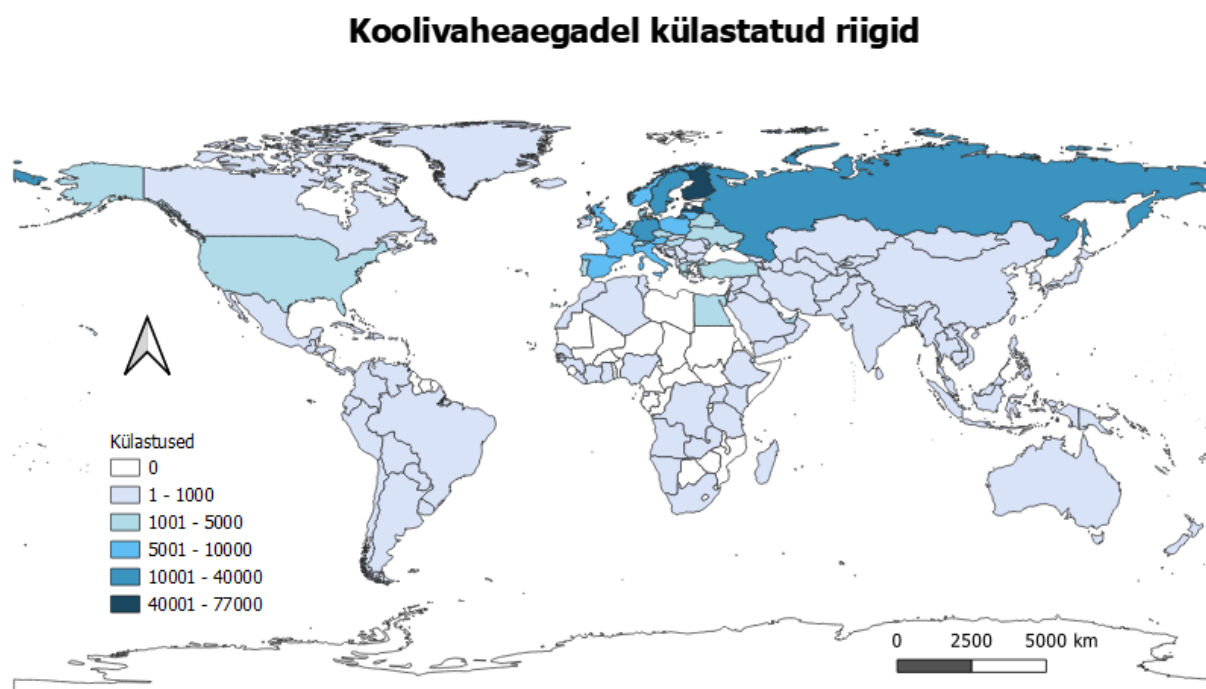
Üksikutel perioodidel olid populaarseimate riikide hulgas ka Tšehhi (CZ), Taani (DK) ja Šveits (CH). Tšehhi oli küllastatuimate riikide hulgas vaid 2008/2009 õppeaasta kevadvaheajal ning järgnevalt ta edetabelis polnud. Vastavalt oli Taani edetabelis vaid 2008/2009 õppeaasta võrdlusnädalal, Šveits aga ainult 2014/2015 õppeaasta vaheajal.

Hollandit külastati vaid võrdlusnädalatel 2008/2009 ning 2016/2017 õppeaastal ning õppeaastal 2014/2015 ei mahtunud ta ei vaheaja kui võrdlusnädala populaarseimate riikide hulka. Ülejäänutel uuritud perioodidel oli ta mõlema vahemiku edetabelis. Egiptus oli mõlema aja edetabelis 2008/2009 ja 2012/2013. 2010/2011 ta edetabelisse ei mahtunud ning 2014/2015 oli ta ainult võrdlusnädala hulgas. Järgneval uuritud õppeaastal polnud ta enam kummaski.

Valgevene oli nii vaheaja kui võrdlusnädala nimistus 2016/2017 õppeaastal ning ainult võrdlusnädala omas 2014/2015 õppeaastal. Ülejäänutel ta populaarseimate riikide hulka ei mahtunud. Belgia oli nii vaheaja kui võrdlusnädala nimistus 2010/2011 õppeaastal ning järgnevatel uuritud perioodide õppeaastatel kas ainult vaheaja edetabelis või ainult võrdlusnädala edetabelis.

3.2.3 Koolivaheaegade populaarseimad sihtkohad

Sügis- ja kevadvaheaegadel külastati kokku 161 riiki. Joonisel 3 on näha kaart, kus on esitatud kõikidel vaheaegadel külastatud riigid ning värvuse järgi eristatav mitu külastust vaadeldavatel koolivaheaegadel kokku vastavasse riiki tehti.



Joonis 3. Koolivaheaegadel külastatud riigid.

Kõrvutades sügis- ja kevadvaheaegade populaarseimad külastatud riigid uuritud õppeaastatel, on näha, et riigid saab jagada viite suuremasse kategooriasse (tabel 5). Rohelisega on riigid, mis samal õppeaastal on nii sügisvaheaja kui kevadvaheaja populaarseimate riikide hulgas.

Roosaga on riigid, mis kuuluvad vaid sügisvaheaja populaarseimate riikide hulka ning sinisega riigid, mis kuuluvad ainult kevadvaheaja populaarseimate riikide hulka. Kollasega on riigid, mis on olnud nii sügis- kui kevadvaheaja populaarseimate riikide hulgas, kuid vastaval õppeaastal vaid ühe vaheaja nimistus. Punasega on märgitud riigid, mis on erandid ehk esinevad vaid korra vastava vaheaja populaarseimate riikide nimistus.

Igal uuritud sügisvaheajal oli edetabelis Türgi (TR) ning Austria (AT) oli populaarseimate riikide hulgas vaid kevadvaheajal (tabel 5). Samuti esineb riike, mis on olnud nii mõlema vaheaja populaarseimate riikide hulgas, kuid samal õppeaastal korraga konstantselt pole. Sellisteks on Egiptus (EG), Holland (NL) ja Belgia (BE). Ilmnesid ka erandid ehk riigid, mis esinesid vaheaegade edetabelis vaid korra ning ainult ühe vaheaja ridades. Nendeks olid: Taani (DK), Tšehhi (CZ), Šveits (CH), USA (US) ja Valgevene (BY).

Tabel 5. Sügis- ja kevadvaheaegade populaarseimad riigid.

Järjestus	2008/2009		2010/2011		2012/2013		2014/2015		2016/2017	
	sügisv	keadv	sügisv	keadv	spgisv	keadv	sügisv	keadv	sügisv	keadv
1.	FI	FI	FI	FI	FI	FI	FI	FI	FI	FI
2.	LV	LV	LV	LV	LV	LV	LV	LV	LV	LV
3.	RU	SE	RU	SE	RU	SE	RU	SE	RU	SE
4.	SE	RU	SE	RU	SE	RU	SE	RU	SE	RU
5.	DE	AT	DE	DE	DE	FR	DE	NO	ES	NO
6.	LT	GB	GB	AT	FR	IT	TR	IT	DE	LT
7.	EG	LT	FR	NO	LT	AT	ES	DE	LT	ES
8.	GB	DE	PL	IT	ES	DE	LT	LT	NO	DE
9.	ES	NO	ES	LT	TR	NO	PL	FR	GB	IT
10.	IT	EG	TR	FR	PL	LT	FR	AT	IT	FR
11.	FR	FR	LT	GB	IT	PL	NO	ES	TR	GB
12.	PL	IT	IT	PL	GB	ES	GB	GB	FR	AT
13.	TR	PL	EG	ES	NO	GB	IT	PL	PL	PL
14.	NO	ES	BE	BE	NL	EG	BE	BE	BE	BY
15.	DK	CZ	NO	NL	BE	NL	NL	CH	US	BE
	sama nii kevad- kui sügisvaheajal									
	ainult sügisvaheaeg									
	ainult kevadvaheaeg									
	esinenud nii kevad- kui sügisvaheajal, kuid antud õppeaastal ainult ühe vaheaja nimistus									
	erandid									

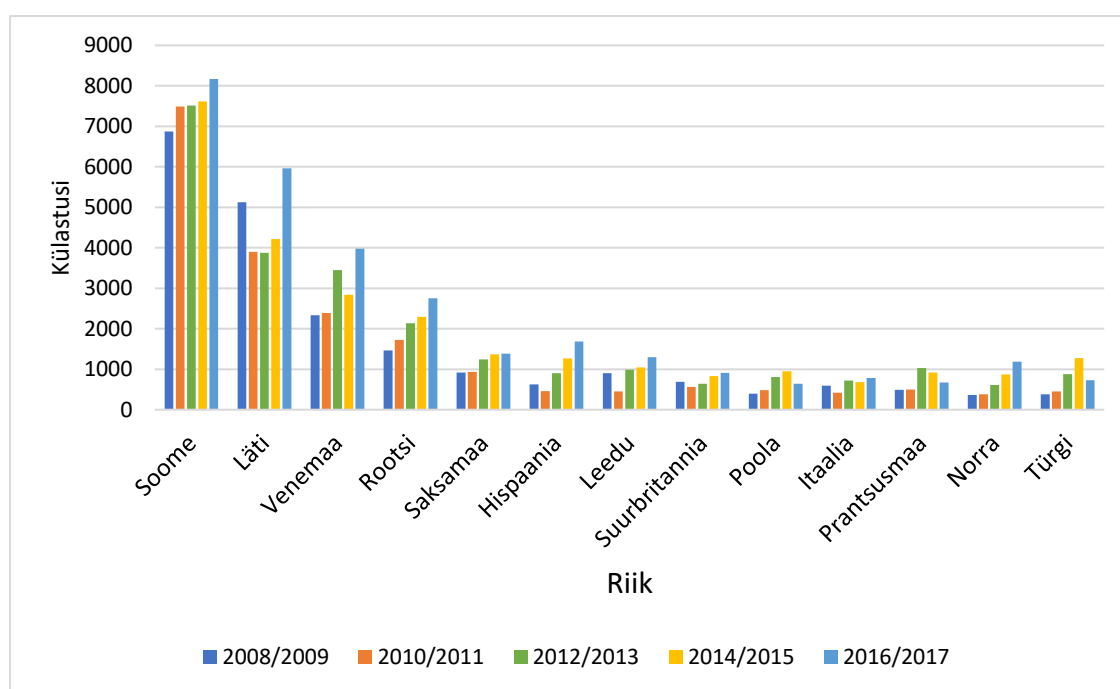
Iga uuritud õppeaasta mõlemal vaheajal oli populaarseimate riikide seas Soome (FI), Läti (LV), Rootsi (SE), Venemaa (RU), Saksamaa (DE), Leedu (LT), Suurbritannia (GB), Hispaania (ES), Itaalia (IT), Prantsusmaa (FR), Poola (PL) ja Norra (NO). Edetabeli esimesed kaks riiki on nii sügis- kui kevadvaheajal sama järjestusega. Sügisvaheajal on alati kolmandal kohal Venemaa, kuid kevadvaheajal Rootsi. Üldiselt on aga peamiselt külastatud riigid samad, kuid esineb erinevusi nende populaarsuse järjestuses.

3.3 Koolivaheaegade sihtriikide külastuste mahtude muutused ajas

3.3.1 Sügisvaheaeg

Et võrrelda populaarseimate riikide külastuste mahtude muutumist ajas, võetakse vaatluse alla need edetabeli riigid, mida külastati igal uuritud vaheajal. Igal sügisvaheajal külastati kolmeteist riiki, milleks olid: Soome, Läti, Venemaa, Rootsi, Saksamaa, Hispaania, Leedu, Suurbritannia, Poola, Itaalia, Prantsusmaa, Norra ja Türgi.

Külastuste mahtudest on näha, et üldiselt külastuste arvud sihtriiki on aastatega kasvanud (joonis 4). Vastavalt moodustavad nelja peamise sihtriigi (Soome, Läti, Venemaa ja Rootsi) külastused populaarseimate sihtkohtade külastustest keskmiselt 68%.

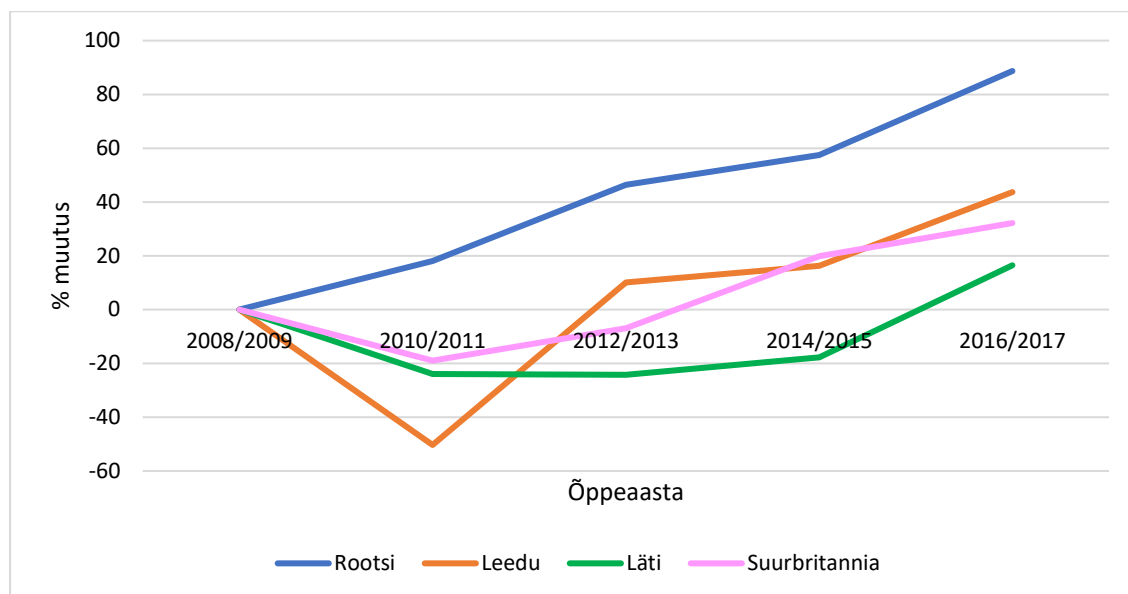


Joonis 4. Igal sügisvaheajal külastatud populaarseimate riikide külastused.

Protsentuaalset külastuste kasvu/langust uuriti iga õppeaasta külastuste arvu võrdlemisel esimese uuritud aastaga ehk 2008/2009 õppeaasta külastustega. Külastuste mahtude kasvu/langust võrreldes esimese uuritud aastaga ilmnes, et igal uuritud perioodil kasvas külastuste maht kaheksal riigil. Võrreldes esimese uuritud aastaga kasvas keskmiselt järgnevatel perioodidel külastuste arv Soome 12%, Venemaale 35,6%, Rootsi 52,7%, Saksamaale 34,2%, Poola 80,5%, Prantsusmaale 59,4%, Norra 110,6% ja Türgi 118,4% võrra. Külastuste arvud võrreldes esimese aastaga on keskmiselt iga aastaga suurenenud enim Türgi ning vähim Soome. Joonisel 5 esindab nimetatud riikide gruppi Rootsi.

Kolmel uuritud riigil vähenesid võrreldes esimese uuritud aastaga 2010/2011 õppeaastal külastuste arvud, kuid järgnevatel aastatel olid need esimesega võrreldes kasvavas trendis. Nendeks olid Hispaania, Leedu ja Itaalia. Võrreldes 2008/2009 aastaga vähenesid õppeaastal 2010/2011 külastused Hispaaniasse 26,3%, Leetu 50,3% ja Itaaliasse 29,2% võrra. Järgnevatel uuritud õppeaastatel aga külastuste arvud võrreldes algseisuga kasvasid. Joonisel 5 on nimetatud riikide esindajaks Leedu.

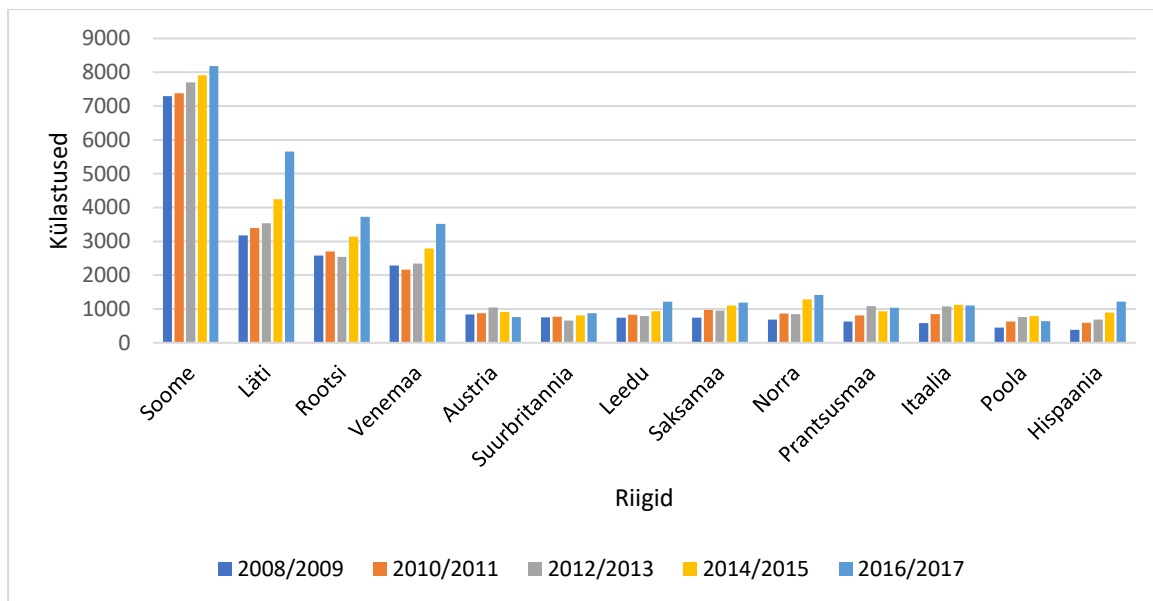
Võrreldes esimese uuritud aastaga langesid Läti külastuste arvud kuni 2014/2015 õppeaastani ning alles peale seda hakkasid võrreldes 2008/2009-ga tõusma (joonis 5). Suurbritannia külastuste mahud kahanesid kuni aastani 2012/2013 (vastavalt 2010/2011 aastal 19% ja 2012/2013 7% võrra).



Joonis 5. Sügisvaheaja sihtriikide külastuste mahtude muutuse tüüpilised näiteriigid võrreldes esimese uuritud õppeaastaga.

3.3.2 Kevadvaheaeg

Iga kevadvaheaja populaarseimate sihtriikide hulgas oli kolmteist riiki. Nendeks olid Soome, Läti, Rootsi, Venemaa, Austria, Suurbritannia, Leedu, Saksamaa, Norra, Prantsusmaa, Itaalia, Poola ja Hispaania. Tuleb välja, et pea kõigi sihtriikide külastuste arvud on aastatega kasvanud (joonis 6). Peamiselt külastatud nelja sihtriigi (Soome, Läti, Rootsi, Venemaa) külastuste arvud moodustavad populaarseimate riikide külastustest keskmiselt 66,4%.

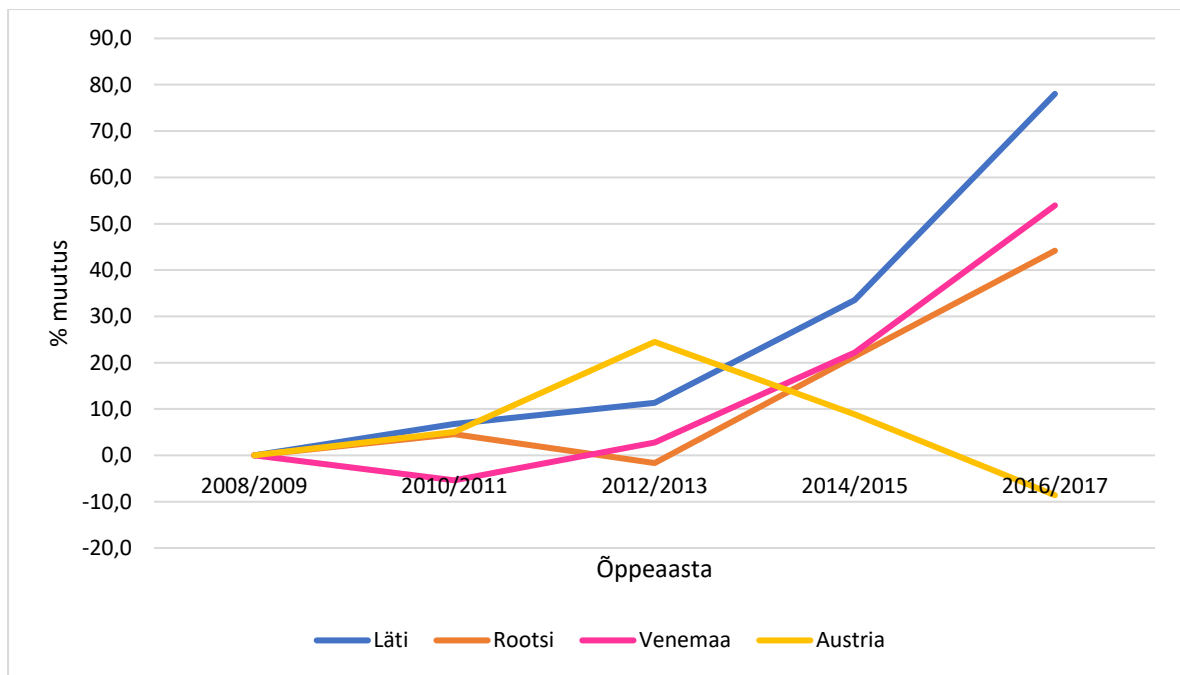


Joonis 6. Kevadvaheaja igal õppeaastal külastatud populaarseimad riigid.

Võrreldes uuritud kevadvaheaja riikide külastuste mahte riigiti esimese uuritud õppeaasta (2008/2009) külastuste arvuga selgus, et üheksa riigi külastuste mahud on protsentuaalselt võrreldes esimesega igal aastal kasvanud. Keskmiselt kasvas külastuste arv Soome 6,8%, Läti 32,4%, Leetu 27,1%, Saksamaale 42,3%, Norra 60,1%, Prantsusmaale 53,5%, Itaaliasse 77,7%, Poola 55,6% ja Hispaaniasse 123,3% võrra. Võrreldes esimese uuritud aastaga on keskmiselt enim protsentuaalselt kasvanud külastused Hispaaniasse ja vähim Soome. Joonisel 7 esindab nimetatud riike Läti.

Üldiselt võrreldes esimese aastaga olid protsentuaalselt külastused positiivsed, välja arvatud ühel õppeaastal, kahel riigil. Nendeks olid Rootsi ja Suurbritannia. Mõlemal riigil langesid külastused 2012/2013 õppeaastal, vastavalt Rootsi 1,7% ja Suurbritannia 12,8% võrra. Järgnevatel uuritud perioodidel võrreldes esimese aastaga aga külastuste arvud kasvasid. Joonisel 7 esindab nimetatud riike Rootsi.

Venemaa külastused võrreldes esimese uuritud aastaga aga vähenesid 2010/2011 õppeaastal 5,4% võrra ning Austria külastused võrreldes 2008/2009 õppeaasta omaga 2016/2017 õppeaastal 8,6% võrra (joonis 7).



Joonis 7. Kevadvaheaja riikide sihtriikide külastuste mahtude muutuse tüüpilised näiteriigid võrreldes esimese uuritud õppeaastaga.

4. Arutelu

Bakalaureusetöö tulemustest selgus, et Eesti elanikud reisivad koolivaheaegadel enam kui tavalistel nädalatel pärast vaheaegu (võrdlusnädalal) (joonis 2). Hii-ruut testi tulemusel selgus, et külastuste koguarvudes on nii sügisvaheajal ja vastaval võrdlusnädalal kui kevadvaheajal ja vastaval võrdlusnädalal statistilisi erinevusi ehk mahtude erinevus pole juhuslik. Seega kummutati mõlema korral nullhüpotees ning kehtima jäi alternatiivne hüpotees, et külastuste arvud sõltuvad vaadeldud perioodist. EAS Turismiarenduskeskuse ülevaate (2016) järgi tehakse Euroopas tehtud uuringute kohaselt ca 30-40% puhkusreisidest koos lastega ning seega sarnaselt Grigolon jt (2014) tööle, võib see olla seotud hooajalisusega, kus inimesed eelistavad reisida peamistel puhkusaegadel (sealhulgas koolivaheaegadel). Sarnasele tulemusele jõudis ka Geograafia osakonnas tehtud magistritöö „Eestist väljuva turismi sesoonsus“ autor Allan Allik, kes leidis, et välisreiside sesoonsus on seotud koolivaheaegadega (Allik, 2016).

Antud bakalaureusetöös selgus, et väliskülastusi tehakse kolmel uuritud õppeaastal rohkem kevadvaheajal kui sügisvaheajal (joonis 2). Külastuste arvude erinevused pole küll väga suured, kuid see võib olla seotud aastaajaga. Enne sügisvaheaega on olnud pikk ja valdavalt soe suvevaheaeg, kus pikema ajaperioodi jooksul võidakse rohkem reisida. Seega ei pruugi kohe sügisvaheajal nii suur tahtmine reisile minna olla. Enne kevadvaheaega on aga olnud talvevaheaeg ning suvest on kaua möödas, seega inimestel võib seetõttu olla suurem soov reisida. Selles töös kasutatud andmete põhjal aga pole võimalik reisi põhjuseid analüüsida.

Populaarseimate riikide nimistu järgi sügisvaheajal ja vastaval võrdlusnädalal saab järeldada, et peamiselt külastatud riigid on mõlemal perioodil valdavalt samad (tabel 3) ning peamised erinevused seisnevad populaarseimate riikide järjestuses vastaval uuritud aastal. Nii vaheajal kui võrdlusnädalal külastati igal sügise õppeaastal Soomet, Lätit, Venemaad, Rootsit, Saksamaad, Leedut, Suurbritanniat, Hispaaniat, Poolat, Prantsusmaad ja Norrat. Mitte konstantselt olid edetabelis ka Itaalia, Egiptus, Holland, Belgia ja Taani ning vaid korra USA ja Valgevene.

Erisusena tuli välja, et iga aasta sügiskoolivaheajal oli Türgi enim külastatud riikide nimistus, kuid võrdlusnädala puhul ta sinna kordagi ei mahtunud. See võib olla seotud sellega, et koolivaheaegadel võidakse reisida rohkem peredega puhkuse eesmärgil ning sügisel on Türgis soe. Seal on liivarannad, meri ning see pole Eesti ajatsoonist palju erinevas ajatsoonis. Seda toetab Gram (2005), kes tõi välja, et lapsed soovivad sooja ja randa ning vanemad arvestavad

sihtriigi valikul lastega. Samuti Khoo-Lattimore jt (2015) kes leidsid, et perega reisides eelistatakse kodukohaga sarnaseid ajatsoone.

Kevadvaheaja ja vastava võrdlusnädala populaarseimate sihtriikide edetabeli järgi (tabel 4) saab sarnaselt sügise perioodidega järeldada, et peamiselt külastatud riigid on nii vaheajal kui võrdlusnädalal valdavalt samad ning peamised erinevused seisnevad populaarsuse järjekorras. Nii kevade vaheajal kui võrdlusnädalal külastati igal uuritud õppeaastal populaarseimate riikidena Soomet, Lätit, Venemaad, Rootsit, Leedut, Suurbritanniat, Saksamaad, Itaaliat, Norrat, Hispaaniat, Prantsusmaad ja Poolat. Mitte konstantselt olid edetabelis ka Egiptus, Holland, Valgevene ja Belgia ning üksikutel perioodidel olid populaarseimate riikide hulgas ka Tšehhi, Taani ja Šveits.

Peamiseks erinevuseks kevadise koolivaheaja ja vastava võrdlusnädala sihtriikide edetabelis oli, et peamise viieteistkümne riigi hulgas oli igal uuritud kevadvaheajal Austria, kuid võrdlusnädala TOP 15 hulka ta ei mahtunud. Kevadvaheaja esineliku sihtkohad moodustasid Soome, Läti, Rootsi ja Venemaa, aga võrdlusnädalal oli Venemaa külastatavuselt kolmandal ja Rootsi neljandal kohal. Huvitavalt esines sügisvaheaegadel populaarne olnud Türgi kevadise võrdlusnädalate nimistus, kuid kevadvaheaja populaarseimate külastatud riikide hulgas teda polnud.

Sarnaselt EAS Turismiarenduskeskuse (2016) ülevaatele, kus mainiti, et perega reisimisel on sihtkoha valikul oluliseks aspektiks huvipakkuva tegevuse olemasolu (nagu näiteks suusatamine), võib Austria ja Rootsi populaarsusust kevadvaheajal seostada talispordiga. Nimetatud riigid on tuntud enda suusakuurortide tõttu ning see võib olla üheks põhjuseks miks nad võivad kevadisel koolivaheajal edetabelis eespool olla. Lastega peredele meeldivad aktiivsed tegevused (Schänzel & Yeoman, 2014), mille alla talisport (sealhulgas suusatamine) ka kategoriseerib.

Võrreldes koolivaheaegade (sügis vs kevad) populaarseimaid sihtkohti tuli samuti välja, et peamised riigid on valdavalt samad (Soome, Läti, Rootsi, Venemaa, Saksamaa, Leedu, Suurbritannia, Hispaania, Itaalia, Prantsusmaa, Poola ja Norra) (tabel 5). Peamine erinevus seisnebki populaarseimate riikide järjestuses uuritud aastatel. Iga aasta nii vaheajal kui võrdlusnädalal olid esimesed neli populaarsemat riiki Soome, Läti, Venemaa ja Rootsi. Seda toetavad ka Statistikaameti andmed, mille põhjal reisitakse enim Soome, Venemaale, Lätti, Rootsi ja Leetu (Statistikaamet, 2020b). Nimetatud riikidesse tehakse kõikidest reisidest ca 53,3% (Statistikaamet, 2020b) ning reisiandmete aastate keskmise reise arvu kohaselt on

peale Soomet teisel kohal Venemaa. See võib aga olla seotud metoodiliste kitsaskohtadega nimetatud uuringul, kuna aastatel 2010 ja 2011 puuduvad andmed Läti kohta (Statistikaamet, 2020b). Eestlaste välisreiside andmeid on kogutud erinevate uuringute raames ning aastatega on toimunud metoodilisi muudatusi, mistõttu ei pruugi eri aastate andmed võrreldavad olla.

Antud töös tehtud passiivse mobiilpositsioneerimise andmete analüüs Eesti elanike külastustest välismaale näitas, et koolivaheaegadel ja vastaval võrdlusnädalal on teisel kohal Läti. See võib samuti seotud olla Khoo-Lattimore jt (2015) arvamusega, et eelistatakse lähemaid sihtkohti, et lapsed reisist liialt ära ei väsiks (eelistatavalt 3-4 tundi sõiduaega), kuna Läti võib olla lihtsam sõita kui viisaga Venemaale. Vaadeldes Rootsi ja Venemaa positsioone, on sügisel kolmandal kohal Venemaa ja kevadel Rootsi. See võib olla seotud eelnevalt mainitud selgitusega kevadvaheaja riikide juures. Leedu positsioon aga varieerus läbi aastate, kuid oli alati edetabeli esimese pooles. Seega on ka antud valimi populaarseimad külastatud riigid Eesti lähiriigid, kuhu on mugav ning lihtne reisida.

Sihtkohtade populaarsuse muutuse analüüsist kogu uuritava perioodi vältel (2008-2017) selgus, et uuritud perioodidel langes Egiptuse populaarsus. Kui algselt oli ta kevade kahel uuritud õppeaastal mõlema perioodi külastatuimate riikide seas, siis lõpuks langes ta vaid võrdlusnädala omasse ning viimasel uuritud õppeaastal (2016/2017) teda enam edetabelis polnud. Sarnaselt oli 2008/2009 ja 2010/2011 Egiptus nii sügisvaheaja kui võrdlusnädala populaarseimate riikide seas (tabel 3), kuid aastaks 2012/2013 oli ta alles ainult võrdlusnädala edetabelis. Järgnevatel aastatel ta enam kummagi perioodi populaarseimate riikide hulka ei kuulunud. Egiptuse reiside langust võib seostada sealsete poliitiliste sündmustega ning turvalisusega, mida on välja toonud ka Estravel oma ülevaates (Estravel, 2016). Antud tulemuste põhjal võib Egiptuse näitel öelda, et nii vaheajal kui võrdlusnädalal reisivad inimesed hoolivad turvalisusest ning seotud poliitilise olukorraga vähenesid mõlemal perioodil Egiptuse esinemised edetabelites. Seega antud näite puhul leiab toetust Wen (2020) arvamus, et lastega reisides muretsevad vanemad ohutuse pärast.

Võrreldes kohalike reisifirmade (Estravel ja Go Travel) avaldatud tulemusi antud töös saadud tulemustega, esineb mõningaid erinevusi. Kui Go Group (2019) järgi on sügisvaheaja populaarseimateks sihtriikideks Türgi, Tenerife (Hispaania) ja Kreeka, siis vastavalt olid nii Türgi ja Hispaania esindatud ka bakalaureusetöö edetabelis. Kreeka TOP 15 riikide hulgas polnud, kuid siinkohal peab arvestama, et need on antud reisifirma 2019. aasta sügisvaheaja

populaarseimad sihtkohad, kuid uuritud õppeaastatest oli viimaseks 2016/2017, mille tõttu võib erinevusi esineda.

Estraveli klientide seas olid 2018 kevadvaheaaja populaarseimad sihtriigid Türgi, Kreeka, Hispaania, Soome, USA, Portugal, Kanaari saared (Hispaania), Suurbritannia, Saksamaa ja Itaalia (Estravel, 2018). Nimetatutest olid samuti kevadvaheaaja edetabelis Hispaania, Soome, Suurbritannia, Saksamaa ja Itaalia, kuid Türgi, Kreeka, USA ja Portugal seal polnud. Siinkohal tuleks arvesse võtta samuti uuritud aega. Alates 2017/2018 õppeaastast võeti kasutusel ka viies koolivaheaeg, kus kevadvaheaeg (neljas vaheaeg) lükkus aprilli lõpupoole (Riigi Teataja, 2015). See on ajaliselt lähemal uuritud kevadisele võrdlusnädalale, kus mõningatel aastatel oli Türgi edetabelis. Seega võib seda seostada sellega, et uuritud koolivaheaegadel polnud Türgis veel piisavalt soe (märtsis), kuid võrdlusnädalatel ja uutel koolivaheaegadel võis ilm seal juba meeldiv olla.

Seega võib öelda, et nii sügis- ja kevadvaheaegadel kui vastavatel võrdlusnädalatel on TOP 15 edetabelis valdavalt riigid samad, kuid vaheaegadel esineb teatud erandeid. Sügisvaheajal eelistatakse pigem Türki reisida ning kevadvaheajal Austriasse. Peamiselt külastatud riigid on Euroopas ning populaarseimate edetabeli eespool on lähiriigid nagu Soome, Läti, Venemaa ja Rootsi, kuhu võib vaatamata sellest kas on vaheaeg või ei, mugavam reisida olla. Enim külastatud riikide hulgas on teiste seas ka Prantsusmaa, Suurbritannia ja Saksamaa, millel on teatud tuntus sihtriikidena (Demirdelen et al., 2019).

Võrdlused reisifirmade tulemustega pole aga tulemuslikud, sest seal on ainult läbi antud reisifirma tehtud reiside kokkuvõtte teatud aastal. Antud töös kasutatud mobiilpositsioneerimise andmed aga annavad teavet Telia klientide külastuste kohta mitmel õppeaastal, vaatamata sellele mis reisifirma teenuseid võidi kasutada või mitte. Seega saab üldisemat teavet väliskülastuste kohta. Reisifirmad müüvad pakettreise nii kaugematesse riikidesse kui ka lähiriikidesse, kuid valdavalt on pakkumised soojale maale. Seega lähiriike nagu Läti, Rootsi, Soome ja Leedu võivad inimesed suurema tõenäosusega omal käel külastada ning neil pole vaja reisifirma teenuseid.

Uurides külastuste mahtude muutusi sügis- ja kevadvaheaegadel selgus, et igal uuritud aastal enim külastatud riikide külastused, võrreldes esimese uuritud aastaga, on enamus riikidel suurenenud. Populaarseimate riikide külastuste mahtude kasvu võib põhjendada globaliseerumisega, kus reisida on aina lihtsam ja mugavam. Samuti on iga aastaga kasvanud külastuste koguarv (joonis 2), seega võib sihtkohtade külastuste mahtude suurenemist seostada

suurema reisimisega. Sügisel kasvasid mahud vähim Soome ning enim Türki ning kevadel kasvasid mahud vähim Soome ja enim Hispaaniasse. Seega saab öelda, et enim on kasvanud külastuste mahud aegadea soojadesse riikidesse ning vähim põhjanaabrite soomlaste juurde.

Teatud sihtriikide (kuigi neid oli vähe) külastuste mahud ka vähenesid. 2010/2011 sügisvaheajal vähenesid külastused Hispaaniasse, Leetu ja Itaaliasse, mis võib olla seoses sellega, et võrreldes 2008/2009 aasta sügisvaheajaga tehti õppeaastal 2010/2011 kokku vähem külastusi välismaale. See on vastavuses ka Statistikaameti reiside arvuga 2008 IV kvartalil ja 2010 aasta IV kvartalil, kus 2010 reisiti vähem (Statistikaamet, 2020b). Sarnaselt langesid kevadkoolivaheajal külastuste arvud Rootsi ja Suurbritanniasse (2012/2013) ning alates 2012/2013 kuni uuritava perioodi lõpuni vähenesid Austria külastused. Külastuste vähenemise põhjuseid pole aga võimalik mobiilpositsioneerimise andmeid kasutades selgeks teha.

Kuigi külastuste trendidest selgus, et koolivaheaegadel tehakse rohkem külastusi välismaale kui võrdlusnädalal, pole mobiilpositsioneerimise andmeid kasutades võimalik saada infot reisi eesmärgi ning motivatsiooni kohta. Mobiilpositsioneerimise andmed on head andmaks ülevaadet turistide külastuste trendidest, kuid antud juhul pole teada kas reisiti koos perega või ei. Seega võib ainult eeldada, mis võisid olla reisimise eesmärgid ning motivatsioonid. Kuna andmetest endist pole võimalik reisimise põhjust teada saada, siis selleks, et tõenäosuslikumalt perereisid analüüsi satuksid ongi antud töös uuringuperioodid täpselt koolivaheaegadega piiritletud.

Vaatamata puudustele on mobiilpositsioneerimise andmetel traditsiooniliste andmeallikate ees eeliseid. Antud töös kasutatud mobiilpositsioneerimise andmed annavad aga eelise täpsemalt külastuste hulkade ja sihtkohtade analüüsiks. Statistikaameti andmete veaks võivad olla küsitlusuuringu puudused nagu teadlikult või alateadlikult info varjamine, inimlikud aspektid nagu unustamine ning valimi laiendamine üldkogumile. Statistikaamet esitab andmeid kvartalite kaupa ning seega ei võimalda see ajaliselt ja ruumiliselt täpseid analüüse teha. Samuti ei anna täielikke andmeid ka reisifirmade kokkuvõtted, sest nemad lähtuvad vaid enda klientidest. Mobiilpositsioneerimise andmete põhjal aga saame teada enim külastatud riigid, olenemata sellest millist reisifirmat või transpordiviisi kasutati. Kuna puuduvad head andmed täieliku pildi saamiseks, on mobiilpositsioneerimise andmete ajaline ja ruumiline täpsus eeliseks.

Bakalaureusetöö kitsaskohaks võib pidada seda, et käsitleti külastusi. Kuigi vaid 3,94% antud vahemikel tehtud reisidest oli rohkem kui üks sihtriik, võiks tulevikus uurida peamisi

külastatud riike kasutades reisi kohta ühte sihtriiki (näiteks riiki kus on oldud kauem). Võimaluseks oleks ka uurida millised riike on ühe reisi jooksul külastatud, et näha kas sealt tulevad teatud trendid välja. Samuti võiks tulevikus uurida õppeaastaid peale 2016/2017, kus võeti kasutusel ka viies koolivaheaeg, et leida kas seoses sellega on erinevatel vaheaegadel erinevad eelistused peamistes sihtkohtades. Nagu selgus 2016/2017 õppeaasta sügisvaheaja populaarseimate riikide edetabelist, oli seal viieteistkümne hulgas ka USA. Saaks uurida, kas võrreldes varasemate koolivaheaegadega on viimastel lähimatel koolivaheaegadel peamiselt külastatud riigid muutunud kaugemaks ja eksootilisemaks või jäänud aastate lõikes üldiselt samaks.

Kokkuvõte

Bakalaureusetöös uuriti kas leidub erinevusi külastuste mahtudes ning populaarseimates sihtkohtades riiklikult sätestatud sügis- ja kevadvaheaegade ning vastavate võrdlusnädalate vahel. Selleks analüüsiti passiivse mobiilpositsioneerimise teel kogutud andmeid Eesti kodanike külastuste kohta välismaale etteantud vahemikes 2008/2009, 2010/2011, 2012/2013, 2014/2015 ja 2016/2017 õppeaastatel. Leiti iga õppeaasta sügisvaheaja, sügise võrdlusnädala, kevadvaheaja ja kevadise võrdlusnädala enim külastatud viisteist riiki ning külastuste mahud.

Töö tulemusena selgus, et külastuste koguarvu erinevus gruppides vastavalt sügisvaheajal ja tema võrdlusnädalal ning kevadvaheajal ja tema võrdlusnädalal on statistiliselt oluline. Ehk külastuste arvud on sõltuvuses uuritud perioodiga ning koolivaheaegadel tehakse rohkem väliskülastusi kui võrdlusnädalatel.

Peamise tulemusena selgus, et nii sügisvaheajal kui vastaval võrdlusnädalal ja kevadvaheajal ja vastaval võrdlusnädalal on enim külastatud viisteist riiki enamasti samad. Leidus riike, mis olid vaadeldavatel perioodidel vaid korra edetabelis, kuid neid oli valdavalt vähe. Peamise tulemusena võib välja tuua, et sügisvaheajal eelistatakse reisida Türgi ning kevadvaheajal Austriasse. Nimetatud riigid olid seega edetabelis vastavatel koolivaheaegadel, kuid võrdlusnädalal mitte. Samuti saab välja tuua, et nii igal sügise kui kevade perioodil (vaheaeg ja võrdlusnädal) külastati Soomet, Lätit, Venemaad, Rootsit, Saksamaad, Leedut, Suurbritanniat, Hispaaniat, Poolat, Prantsusmaad ja Norrat. Lisaks eelnevatele külastati igal kevadisel perioodil veel ka Itaaliat. Seega on enim külastatud riigid periooditi ja aastati olnud enam vähem samad ning vaheaegadel on teatud sihtriigid, mis võrreldava võrdlusnädala puhul edetabelis pole.

Uurides igal sügisvaheajal ja igal kevadvaheajal külastatud riikide mahtude muutusi, selgus, et võrreldes esimese uuritud aastaga on enamikel riikidel mahud tõusnud. Sarnaselt on külastuste arvud aastatega tõusnud ning seega ka peamiselt külastatud riikide külastuste mahud. Vähim kasvasid mahud Soome ning enim soojadesse riikidesse nagu Hispaania ja Türgi.

Antud bakalaureusetöö tulemusena selgub, et passiivse mobiilpositsioneerimise andmeid kasutades on võimalik anda ülevaade koolivaheaegade ning võrdlusnädalate külastuste mahtude üle ning populaarseimate riikide edetabelitest joonistusi nii sügisvaheajal kui kevadvaheajal välja tüüpilised sihtriigid, mis on vastaval ajal vaid vaheaja edetabelis.

Visits to foreign countries made by Estonian residents on autumn and spring national school holidays

Marlen Paris

Summary

The objective of this thesis was to find out if there are any differences between number of visits to foreign countries made by Estonian residents on autumn and spring national school holidays and corresponding comparison week, using passive mobile positioning data. To see if there are any differences between most visited fifteen destination countries on school holiday periods and corresponding comparison week periods. The data used was collected by passive mobile positioning method and the visits to foreign countries were made by Telia customers.

The results of the thesis proved that on school holidays people make more visits to foreign countries than on corresponding comparison week. Analyses showed, that there is a significant difference between number of visits made on school holidays and comparison weeks, that chi square test proved. It can be concluded that the number of visits is related to the period. Out of 516 903 visits, 57% were made on school breaks.

Looking at the most visited destination countries between school holidays and corresponding comparison week, the results show that most of the destination countries are the same throughout the years. The sample showed an interesting find, where only on autumn school holidays Turkey was on the most visited destination country list but not on the corresponding comparison week. Same as autumn results, on spring school holidays Austria was on the most visited list, but it was not on the comparison week one. Based on the results it can be concluded that on autumn school holidays people prefer to travel to Turkey and on spring school holidays to Austria.

Looking at the change of number of visits on school holidays by country compared to the first researched school year it can be concluded that the number of visits has been rising. The lowest rise of visits was on both holidays to Finland and on autumn school holiday the biggest raise was to Turkey and in spring to Spain. So the biggest number of visits raise was to counties with warm weather.

Based on this thesis it can be said that using passive mobile positioning data gives an overview on the number of visits and most popular destination countries on researched periods, with interesting finds on school holiday and corresponding comparison week destination countries.

Tänuavaldused

Sooviksin avaldada suured tänusoovid alati toetavale ja abistavale juhendajale, Janika Raunile, pühendatud aja ja nõustamise eest. Samuti sooviksin tänada Tartu Ülikooli Mobiilsusuuringute laborit mobiilpositsioneerimise andmete eest. Tänan oma perekonda ja sõpru, eriti Karoliina Kurvitsat, emotsionaalse toe eest.

Kasutatud kirjandus

- Ahas, R., Aasa, A., Roose, A., Mark, Ü., & Silm, S. (2008). Evaluating passive mobile positioning data for tourism surveys: An Estonian case study. *Tourism Management* 29, 469–486. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.014>
- Ahas, R., Aasa, A., Silm, S., & Tiru, M. (2007). Mobile Positioning Data in Tourism Studies and Monitoring: Case Study in Tartu, Estonia. Sigala M., Mich L., & Murphy J. (toim), *Information and communication technologies in tourism 2007* (119-128). Viin: Springer.
- Ahas, R., Armoogum, J., Esko, S., Ilves, M., Karus, E., Madre, J.-L., Nurmi, O., Potier, F., Schmücker, D., Sonntag, U., & Tiru, M. (2014). *Feasibility Study on the Use of Mobile Positioning Data for Tourism Statistics*, Eurostat Contract 30501.2012.001-2012.452. Kasutatud 22.04.2020, <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/747990/6225717/MP-Task-3a-report.pdf/38716d6f-c2db-4ee3-92f3-0241bca55f94>
- Alegre, J., & Pou, L. (2006). The length of stay in the demand for tourism. *Tourism Management*, 27(6), 1343–1355. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.012>
- Allik, A. (2016). *Eestist väljuva turismi sesoonsus*. Magistritöö. Tartu: Tartu Ülikool.
- Andreu, L., Kozak, M., Avci, N., & Cifter, N. (2005). Market Segmentation by Motivations to Travel. British Tourists Visiting Turkey. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(1), 1–14. https://doi.org/10.1300/J073v19n01_01.
- Barros, C.P., & Machado, L.P. (2010). The length of stay in tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 692–706. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.12.005>
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of International tourism. *Social Research*, 39(1), 164-182. www.jstor.org/stable/40970087
- Curtale, R. (2018). Analyzing children's impact on parents' tourist choices. *Young Consumers*, 19(2), 172–184. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2017-00715>
- Dann, G.M.S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184–194. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8)
- Darwish, A., & Burns, P. (2019). Tourist destination reputation: an empirical definition. *Tourism Recreation Research*, 44(2), 153–162. <https://doi.org/10.1080/02508281.2018.1558754>

- Demirdelen, D., Alrawadie, Z., Zareer, A., & Kizilirmak, I. (2019). Delving into children's travel dreams: a qualitative investigation. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 13(3), 359–367. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2019-0070>
- Devesa, M., Laguna, M., & Palacios, A. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism Management*, 31(4), 547–552. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.006>
- EAS Turismiarenduskeskus. (2016). *Pereturismi valdkonna ülevaade 2016*. Kasutatud 12.02.2020, https://d3otexg1kysjv4.cloudfront.net/docs/2937600_perepuhkuse-valdkonna-ulevaade-2016.pdf
- Eesti Pank. (2020). 2019. aastal oli Soome turistide osakaal viimase kümne aasta madalaim. Kasutatud 15.05.2020, <https://www.eestipank.ee/press/2019-aastal-oli-soome-turistide-osakaal-viimase-kumne-aasta-madalaim-06022020>
- Estravel. (2016). *Estravel avaldab sügisreiside TOP 10*. Kasutatud 17.05.2020, <https://www.estravel.ee/blog/estravel-aval dab-sugisreiside-top-10/>
- Estravel. (2018). *Koolivaheaja reisisihtkohtade TOP 10*. Kasutatud 15.05.2020, <https://www.estravel.ee/blog/koolivaheaja-reisisihid-2/>
- Framke, W. (2002). The Destination as a Concept: A Discussion of the Business-related Perspective versus the Socio-cultural Approach in Tourism Theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2(2), 92-108. <https://doi.org/10.1080/15022250216287>
- Go Group. (2019). *Kuhu on parim sügisel reisida? Go Travel teab!* Kasutatud 15.05.2020, <https://www.gogroup.ee/kuhu-on-parim-sugisel-reisida-go-travel-teab/>
- Gram, M. (2005). Family holidays: A qualitative analysis of family holiday experiences. *Scandinavian Journal of Hospitality & Tourism*, 5(1), 2–22. <https://doi.org/10.1080/15022250510014255>
- Grigolon, A.B., Borgers, A.W.J., Kemperman, A.D.A.M., & Timmermans, H.J.P. (2014). Vacation length choice: A dynamic mixed multinomial logit model. *Tourism Management*, 41, 158–167. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.09.002>
- GSMA. (2019). *The State of Mobile Internet Connectivity 2019*. Kasutatud 21.04.2020, <https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2019/07/GSMA-State-of-Mobile-Internet-Connectivity-Report-2019.pdf>

- GSMA. (2020). *The Mobile Economy 2020*. Kasutatud 21.04.2020, https://www.gsma.com/mobileeconomy/wpcontent/uploads/2020/03/GSMA_MobileEconomy2020_Global.pdf
- Khoo-Lattimore, C., Prayag, G., & Cheah, B., L. (2015). Kids on Board: Exploring the Choice Process and Vacation Needs of Asian Parents With Young Children in Resort Hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(5), 511–531. <https://doi.org/10.1080/19368623.2014.914862>
- Kuusik, A., Nilbe, K., Mehine, T., & Ahas, R. (2014). Country as a Free Sample: The Ability of Tourism Events to Generate Repeat Visits. Case Study with Mobile Positioning Data in Estonia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 262–270. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.042>
- Lehto, X.Y., Lin, Y.-C., Chen, Y., & Choi, S. (2012). Family Vacation Activities and Family Cohesion. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(8), 835–850. <https://doi.org/10.1080/10548408.2012.730950>
- Li, M., Wang, D., Xu, W., & Mao, Z.(E.) (2017). Motivation for family vacations with young children: anecdotes from the Internet. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(8), 1047–1057. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1276007>
- Mahika, E.-C. (2011). Current trends in tourist motivation. *Cactus Tourism Journal*, 2(2), 15–24.
- Masso, A., Silm, S., & Ahas, R. (2019). Generational differences in spatial mobility: A study with mobile phone data. *Population, Space and Place*, 25(2), e2210. <https://doi.org/10.1002/psp.2210>
- Moutinho, L. (1987). Consumer Behaviour in Tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 5-44. <https://doi.org/10.1108/EUM00000000004718>
- Nanda, D., Hu, C., & Bai, B. (2007). Exploring Family Roles in Purchasing Decisions During Vacation Planning. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(3–4), 107–125. https://doi.org/10.1300/J073v20n03_08
- Nickerson, N.P., & Jurowski, C. (2001). The influence of children on vacation travel patterns. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1): 19–30. <https://doi.org/10.1177%2F135676670100700102>

- Pearce, P.L., & Lee, U.I. (2005). Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation. *Journal of Travel Research*, 43(3), 226–237. <https://doi.org/10.1177%2F0047287504272020>
- Plog, S.C. (2001). Why destination areas rise and fall in popularity: an update of a Cornell Quarterly classic. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(3), 13–24. [https://doi.org/10.1016/S0010-8804\(01\)81020-X](https://doi.org/10.1016/S0010-8804(01)81020-X)
- Plog, S.C. (2002). The Power of Psychographics and the Concept of Venturesomeness. *Journal of Travel Research*, 40(3), 244–251. <https://doi.org/10.1177%2F004728750204000302>
- Positium. (2019). *Tourism*. Kasutatud 10.04.2020, <http://www.positium.com/solutions/tourism>
- Põllumajandusministeerium. (2005). *Abiks RAK meetme 3.3 taotlejale-maaturismiettevõtlike alustajale*. Kasutatud 15.05.2020, https://www.agri.ee/sites/default/files/public/abiks_taotlejale_3.3.pdf
- Resonance Consultancy. (2018). *Future of U.S. Millennial Travel Report*. Kasutatud 15.05.2020, <http://media.resonanceco.com/uploads/2018/08/Resonance-2018-Future-of-US-Millennial-Travel-Report-1.0.pdf>
- Riigi Teataja. (2005). Kasutatud 12.02.2020, <https://www.riigiteataja.ee/akt/0000/0087/2251/872540.pdf>
- Riigi Teataja. (2015). *2016/2017. õppeaasta koolivaheajad*. Kasutatud 29.04.2020, <https://www.riigiteataja.ee/akt/114072015002>
- Riigi Teataja. (2016). *Rahvusvahelise pereturismi atraktsiooni toetamise tingimused ja kord*. Kasutatud 15.05.2020, <https://www.riigiteataja.ee/akt/101072016006>
- Saluveer, E., Raun, J., Tiru, M., Altin, L., Kroon, J., Snitsarenko, T., Aasa, A., & Silm, S. (2020). Methodological framework for producing national tourism statistics from mobile positioning data. *Annals of Tourism Research*, 81, 102895. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102895>
- Schänzel, H.A., & Yeoman, I. (2014). The Future of Family Tourism. *Tourism Recreation Research*, 39(3), 343–360. <https://doi.org/10.1080/02508281.2014.11087005>
- Schänzel, H.A., & Yeoman, I. (2015). Trends in family tourism. *Journal of Tourism Futures*, 1(2), 141–147. <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2014-0006>

- Silm, S., & Ahas, R. (2014). Ethnic Differences in Activity Spaces: A Study of Out-of-Home Nonemployment Activities with Mobile Phone Data. *Annals of the Association of American Geographers*, 104(3), 542–559. <https://doi.org/10.1080/00045608.2014.892362>
- Statistikaamet. (2020a). *TU61: Eesti elanike ööbimisega välisreisid peaesmärgi järgi (kvartalid)*. Kasutatud 17.04.2020, pub.stat.ee
- Statistikaamet. (2020b). *TU63: Eesti elanike ööbimisega välisreisid peamise sihtriigi järgi (kvartalid)*. Kasutatud 17.04.2020, pub.stat.ee
- Tehnilise Järelevalve Amet. (2018). Elektroonilise side ülevaade- I kvartal 2018. Kasutatud 19.04.2020, https://www.ttja.ee/sites/default/files/contenteditors/Sideulevaated/elektroonilise_side_ulevaade_i_kv_2018
- The World Bank. (2019). *Population ages 0-14 (% of total population)*. Kasutatud 05.03.2020, <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.0014.TO.ZS?end=2018&start=2018&view=bar>
- UNWTO. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. Kasutatud 22.05.2020, https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf
- Żemła, M. (2016). Tourism destination: The networking approach. *Moravian Geographical Reports*, 24(4), 2–14. <https://doi.org/10.1515/mgr-2016-0018>
- Wen, J. (2020). Do parents enjoy travelling with their young children? An application of learned helplessness theory. *Anatolia*. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1720757>
- Williams, S. (1998). *Tourism Geography*. London: Routledge. Kasutatud 28.03.2020, <https://bauldelturismo.com/wp-content/uploads/2018/07/Tourism-Geograp-Stephen-Williams.pdf>
- World Tourism Organization and European Travel Commission. (2018). *The Gulf Cooperation Council (GCC) Outbound Travel Market with Special Focus on Europe as a Tourism Destination*. Madrid: UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284420131>
- World Travel & Tourism Council. (2020). *Economic Impact Report*. Kasutatud 15.05.2020, <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
- Wu, M.-Y., Wall, G., Zu, Y., & Ying, T. (2019). Chinese children's family tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, 29, 166–175. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.11.003>

Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Managment*, 26(1), 45–56.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>

Yousaf, A., Amin, I., & Santos, J.A.C. (2018). Tourist's motivations to travel: a theoretical perspective on the existing literature. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 197–211.
<https://doi.org/10.20867/thm.24.1.8>

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Marlen Paris,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Eesti elanike väliskülastused riiklikult sätestatud sügisestel ja kevadistel koolivaheaegadel“, mille juhendaja on Janika Raun, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Marlen Paris

25.05.2020